

FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA ACADÉMICO INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE ASIGNATURA

NOMBRE DE LA ASIGNATURA:	GERENCIA DEL SERVICIO	
CODIGO DE LA ASIGNATURA:	30167	
CICLO DE FORMACIÓN:	BÁSICO	
	PROFESIONAL	X
COMPONENTE DE FORMACIÓN	BÁSICO	
	HUMANÍSTICO	
	PROFESIONAL	X
	ELECTIVO	
	OPTATIVO	
UBICACIÓN ASIGNATURA: (Semestre/año)	SÉPTIMO	
NIVEL DE FORMACIÓN:	POSGRADO	
	PREGRADO	X
	TECNOLÓGICO	
	TÉCNICO	
INTENSIDAD HORARIA SEMANAL:	No. HORAS	
	Presenciales	4
	Independientes	5
	TOTAL HORAS	9
CREDITOS ACADÉMICOS:	3	
PRERREQUISITOS:		
CORREQUISITOS:		
MODALIDAD:	PRESENCIAL	X
	A DISTANCIA	
	TUTORIADA	
	VIRTUAL	
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	OBLIGATORIA	X
	ELECTIVA	
TIPO ASIGNATURA:	TEORICA	X
	PRÁCTICA	
	TEÓRICO-PRÁCTICA	

JUSTIFICACIÓN

En el escenario actual de globalización y en un marco de competencia comercial sin límites, el servicio al cliente, esa forma de las organizaciones de relacionarse con los clientes, se ha convertido en una necesidad, para la Gerencia del Servicio al Cliente, conocer las estrategias y métodos para lograr la satisfacción de estos.

OBJETIVO GENERAL

Determinar la Planeación Estratégica desde la Gerencia del Servicio al Cliente para cumplir con la promesa que satisface las expectativas de los clientes

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los procesos de la Planeación Estratégica de la Gerencia del Servicio al Cliente
- Fomentar la cultura organizacional para el servicio al cliente
- Determinar los procesos de capacitación del cliente interno
- Diseñar los métodos de evaluación de los procesos para determinar los logros en la organización

PRINCIPIOS DE FORMACION Y METAS DE APRENDIZAJE EN TÉRMINOS DE COMPETENCIAS

A. COMPETENCIA DE APRENDIZAJE Y DOMINIOS GENERALES:

Al finalizar el curso los estudiantes estarán en capacidad, desde la Gerencia del Servicio al Cliente, de realizar planeación estratégica para diseñar e implementar los modelos desde la Ingeniería Comercial para desarrollar las actividades que optimicen los resultados en términos de satisfacción del cliente

B. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- COMPETENCIA INTERPRETATIVA:

Comprender la importancia del Servicio al Cliente como el elemento diferenciador en el mundo actual, globalizado y muy competitivo

- COMPETENCIA ARGUMENTATIVA:

Describir los métodos para lograr la satisfacción de los clientes y facilitar la fidelización de éstos

- COMPETENCIA PROPOSITIVA:

Diseñar e implementar los diferentes modelos, aplicables, previa adaptación a los diferentes escenarios comerciales, para el desarrollo de una cultura permanente del Servicio al Cliente

METODOLOGÍA GENERAL

Clases magistrales donde se explican los diferentes conceptos de la Gerencia del Servicio al Cliente, prácticas de aplicación de estos conceptos y lecturas complementarias

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y DIDACTICAS

Clase Magistral	X	Talleres de refuerzo	X	Lecturas previas	X
Valoración y motivación de aptitudes e intereses	X	Trabajos en grupo	X	Exposiciones	X

Presentación de contenidos mediante síntesis, cuadros, mapas conceptuales	X	Ejemplificación del contenido	X	Preguntas en clase	X
Realización de ejercicios y problemas por parte del profesor	X	Evaluación grupal	X	Diagnóstico de conocimientos previos	X
Verificación y síntesis de contenidos previos	X	Implementación de recursos didácticos	X	Seguimiento de actividad en la clase	X

ESTRATEGIAS Y PORCENTAJES DE EVALUACIÓN					
FORMAS DE EVALUACIÓN				PORCENTAJE DE EVALUACIÓN	
Evaluación escrita	X	Exposición	X	Primer Parcial	30
Quicez		Laboratorio		Segundo Parcial	30
Talleres Individuales	X	Trabajo de campo		Examen Final	40
Talleres Grupales	X	Participación en Clase	X		

CONTENIDO PROGRAMATICO		
UNIDAD TEMÁTICA	TEMA O SUBTEMA	BIBLIOGRAFÍA
1-DEFINICIONES	1. Definiciones de conceptos varios relacionados con el servicio al cliente	Vargas Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio. Conceptos y herramientas Serna Gómez Humberto. Planeación estratégica
2- LA GERENCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE	2.1 La planeación estratégica de la Gerencia del Servicio al cliente. 2.2. Etapas de la planeación estratégica	Serna Gómez Humberto. Planeación estratégica Albrecht, Karl. Gerencia de servicio
3- LA CULTURA ORGANIZACIONAL	3.1 Definición y elementos que constituyen la cultura organizacional para el servicio al cliente	Serna Gómez Humberto. Planeación estratégica Sewel, Carl. Clientes para siempre
4- EL CLIENTE INTERNO.	4.1 Capacitación del cliente interno 4.2 Tipos y metodologías de capacitación	Horovitz, Jaques. La calidad del servicio
5- LA FORMULACIÓN DE LA PROMESA	5.1 La promesa desde el servicio al cliente	La calidad del servicio. Horovitz, Jaques. Páginas web con temas pertinentes. Revistas
6- EL CICLO DEL SERVICIO AL CLIENTE	6.1 Momentos de verdad. 6.2 Momentos brillantes de verdad 6.3 Momentos críticos de verdad	Albrecht, Karl. Gerencia de servicio Horovitz, Jaques. La calidad del servicio

7-CÓMO DETERMINAR LA CALIDAD DEL SERVICIO	7.1 Técnicas para medir la calidad del servicio	Wellington. Patricia. Cómo brindar un servicio integral al cliente Sewel, Carl. Clientes para siempre Horovitz, Jaques. La calidad del servicio Vargas Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio. Conceptos y herramientas
8-PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS Y SUGERENCIAS	8.1 Definiciones 8.2 La respuesta oportuna	Páginas WEB con la información sobre Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias.
9- LA OPINIÓN DE LOS CLIENTES	9.1 Métodos para obtener la opinión de los clientes	Wellington. Patricia. Cómo brindar un servicio integral al cliente Horovitz, Jaques. La calidad del servicio Horovitz, Jaques. La satisfacción total del cliente
10- TIPOS DE CLIENTES	10.1 Clases de clientes	Vargas Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio. Conceptos y herramientas
11-LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES	11.1 Como satisfacer las expectativas de los clientes	Wellington. Patricia. Cómo brindar un servicio integral al cliente Sewel, Carl. Clientes para siempre Vargas Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio. Conceptos y herramientas Horovitz, Jaques. La satisfacción total del cliente
12-GUIA DE BUENAS PRÁCTICAS EN EL SERVICIO AL CLIENTE	12.1 Protocolo y etiqueta en la atención a los clientes	Páginas web sobre Protocolo y etiqueta

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA
<p>Serna Gómez Humberto. Planeación estratégica Wellington. Patricia. Cómo brindar un servicio integral al cliente Albrecht, Karl. La revolución del servicio. Albrecht, Karl. La excelencia en el servicio Albrecht, Karl. Gerencia de servicio Horovitz, Jaques. La calidad del servicio Horovitz, Jaques. La satisfacción total del cliente Rodríguez Estrada, Mauro. Creatividad en el servicio Sewel, Carl. Clientes para siempre Vargas Quiñones, Martha Elena. Calidad y servicio. Conceptos y herramientas</p>