



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRIA EN FINANZAS

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
GERENCIA DE SERVICIOS				GES-034		3	S/P
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
				<u>48</u>			<u>8 / 48</u>
Profesores especialistas:				Elaborado por:			
Lic. Mayra Dorante				Lic. Mayra Dorante			
Fecha de última revisión	Revisado por		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO				
	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO	(FIRMA Y SELLO)				
02/09/2005							

FUNDAMENTACION

Las organizaciones o empresas, se desarrollan, de acuerdo a una misión establecida, una visión que es el estado futuro deseado y unas políticas, objetivos normas y procedimientos que deben cumplir con eficacia.

No solo este segmento organizacional debe ser la piedra angular de las mismas, también se tiene que tomar en cuenta a quien va dirigido el producto o servicio generado; tomando en cuenta que las empresas deben utilizar la comunicación efectiva para procesar la importancia que tiene la forma en que el cliente percibe la calidad y los medios que existen para satisfacerle, los métodos que permiten gestionar la calidad del servicio y el papel que desempeñan los gerentes en la gestión del mismo, pues la planificación, la dirección y el control del servicio realizada de la forma más idónea, generarán conseguir y conservar clientes para siempre.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Analizar los principios del sistema de servicios en la empresa, considerando las expectativas de los clientes internos y externos, valorando la incidencia del servicio en el fortalecimiento del desempeño competitivo.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
SISTEMA DE SERVICIOS		IDENTIFICAR LAS VINCULACIONES ENTRE LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL MODELO DE SISTEMA DE SERVICIOS DE LA EMPRESA, CONSIDERANDO SUS INTERRELACIONES Y RELACIONÁNDOLAS CON EL SISTEMA ORGANIZACIONAL.	
DURACION			
16 HORAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Identificar las características del servicio como parte del sistema interactivo existente en la organización.	• Servicio – Concepto. • Características. • Tipos. • Enfoque de calidad de servicios.	• Enseñanza directa. • Enseñanza cooperativa. • Participación interactiva. • Elaboración de conclusiones.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
• Estudio de caso práctico. 20% • Autodiagnóstico empresarial.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE SERVICIOS EN LA EMPRESA		IDENTIFICAR LAS FASES PARA LA IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE SERVICIOS EN LA EMPRESA CONSIDERANDO LOS LINEAMIENTOS DEL CAMBIO ORGANIZACIONAL Y LOS PARÁMETROS DE CALIDAD.	
DURACION			
24 HORAS			
EVALUACION			
60%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Señalar la importancia del proceso de implantación del servicio, sus fases de implantación y gestión, tomando en cuenta el contexto gerencial y el cambio organizacional.	2. Fases del proceso de implantación del sistema de servicios: Gestión, estrategias, comunicación, criterios de calidad, normas, medición, evaluación del sistema de servicios.	• Enseñanza directa. • Enseñanza cooperativa. • Participación interactiva. • Elaboración de conclusiones.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• 2 Talleres 40% • Estudio de Caso 20%.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
EL CLIENTE		DESCRIBIR LOS FUNDAMENTOS CONCEPTUALES QUE SUSTENTAN EL ANÁLISIS DE LAS VARIABLES INTERVINIENTES EN EL SISTEMA DE SERVICIOS, JUZGANDO EL DESEMPEÑO DE LA EMPRESA EN FUNCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Definir el cliente como parte final del proceso de servicio, conociendo sus expectativas para lograr un servicio de calidad.	El cliente: Concepto, clasificación, manejo de expectativas, servicio interno y externo, relación entre calidad y calidad de servicio.	- Enseñanza cooperativa. - Participación interactiva. - Elaboración de Conclusiones.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
Exposición por equipo: 20%			

BIBLIOGRAFIA

Albrecht Kart. **Servicio al Cliente Interno**. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Madrid. 2.000.

Albrecht y Zemke. **Gerencia del Servicio**. Global Ediciones. 2.000.

Caro A. Gestión Humana. **La Imagen del Servicio**. Editorial Mc Graw-Hill Iberoamericana. México. 2.001.

Ciss P. ISO 9000-2000. **Calidad en los Servicios**. Ediciones Gestión 2000. S.A. Madrid. España. 2.001.

Gabaldón F. **Gerencia de Organizaciones de Servicio**. Ediciones de la Universidad de los Andes (Consejo de Publicaciones). Mérida. 2.001.

García y otros. **Técnicas de Servicio y Atención al Cliente**. Paraninfo – Thomson Learning. México. 2.003.

Leppard y Molineux. **Cómo Mejorar su Servicio al Cliente**. Ediciones Gestión 2.000 S.A. Madrid. España. 2.003.

Seto Dolores. **De la Calidad del Servicio a la Fidelización del Cliente**. ESIC Editorial. 2.004.

Siliceo y otros. **Liderazgo. El Don del Servicio**. Editorial Mc Graw Hill Interamericana. México. 2.001.