



PROGRAMA GENERAL DE
GESTIÓN DE SERVICIOS
4º AÑO (Bachillerato)

UNIDAD 1

OBJETIVOS.

Conocer la significativa importancia del sector servicios en las economías latinoamericanas
Reconocer los cambios que ocurren en el sector servicios. Caracterizar el sector y comprender el impacto de esta caracterización en el gerenciamiento del sector. Conocer y reconocer las formas significativas en las que los servicios difieren entre si.

CONTENIDOS.

Los servicios en la economía moderna. El cambio como constante en los servicios. Aspectos distintivos del sector. Diferenciación entre servicios.

PROCESOS

Comprender la importancia de los servicios en la economía moderna. Identificar y enumerar características identificar condiciones de cambio. Analizar estos cambios en relación con las funciones y competencias de la administración. Diferenciar entre diferentes tipos de servicios.

ACTIVIDADES

Lectura comprensiva y análisis de información del sector servicios en las diferentes economías regionales. Diseño de redes conceptuales. Resolución de cuestionarios de análisis. Resolución de ejercicios de aplicación como búsquedas en internet, investigación de campo en una empresa de servicios de la zona, investigación de trámites administrativos a cumplimentar por estas empresas a fin de asegurar una calidad sostenida.

UNIDAD 2

OBJETIVOS

Comprender que los modelos de producción y de gestión industriales no son aptos para una empresa de servicios. Reconocer los elementos para desarrollar una visión estratégica del negocio de servicios. Identificar las fuentes de generación de estrategias en el negocio de servicios.

Reconoce la existencia de desafíos factores de influencia, y dificultades para generar estrategias de servicios.

CONTENIDOS

Visión estratégica del negocio. Elementos. La rentabilidad del servicio. Diseño e implementación de estrategias. La necesidad de un enfoque integral. La búsqueda de sinergia. Los recursos humanos. Los profesionales de servicios.

PROCESOS

Diferenciar entre visión y estrategia. Enumerar los niveles de estrategia. Relacionar estrategia-estructura. Identificar los componentes de la administración integral de servicios. Analizar la importancia del proceso de recursos humanos en el servicio. Reconocer e identificar los principios funcionales posibles para una empresa de servicios.

ACTIVIDADES

Lectura comprensiva y análisis de información del sector servicios en las diferentes economías regionales. Diseño de redes conceptuales. Resolución de cuestionarios de análisis. Resolución de ejercicios de aplicación como búsquedas en internet.

UNIDAD 3

OBJETIVOS

Identificar los procesos involucrados a través de los cuales se crean y entregan servicios. Reconocer y comprender la naturaleza de la participación del cliente en el servicio. Diferenciar las operaciones de back office en la producción del servicio y las de contacto con el cliente. Analizar porque diferentes procesos de servicio requieren de diferentes administraciones.

CONTENIDOS

Concepto de servicios como un proceso. Diferentes procesos. El desafío del gerenciamiento de comercialización de servicios. La operación de servicios. El servicio como un sistema. La naturaleza del consumo de servicios. Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente. El proceso de compra de servicios. Administración de encuentros de servicios. El cliente como coproductor. La evaluación del desempeño en el servicio.

PROCESOS

Reconocer concepto de servicio. Identificar diferentes procesos. Analizar las implicancias a la luz de los principios de la Administración. Describir la operación de servicios. Comprender

el servicio como sistema. Identificar y diferenciar expectativas de necesidades en el cliente. Comprender y describir el encuentro. Analizar e identificar métodos de medición de desempeño.

ACTIVIDADES

Lectura comprensiva y análisis de información del sector servicios en las diferentes economías regionales. Diseño de redes conceptuales. Resolución de cuestionarios de análisis. Resolución de ejercicios de aplicación como búsquedas en internet. Análisis de caso propuesto por la docente.

UNIDAD 4

OBJETIVOS

Comprender el concepto de cadena de valor de una organización. Reconocer la creación de valor en un servicio. Comprender la importancia del mapeo y el planeamiento como procesos para la creación de valor

CONCEPTOS

Cadena de valor. Planeamiento y creación de servicios. Mapeo de servicios. Identificación de servicios suplementarios.

PROCESOS

Comprender conceptos. Analizar situaciones. Identificar indicadores de valor. Construir mapas. Diseñar planes y otras herramientas.

ACTIVIDADES

Lectura comprensiva y análisis de información del sector servicios en las diferentes economías regionales. Diseño de redes conceptuales. Resolución de cuestionarios de análisis. Resolución de ejercicios de aplicación como búsquedas en internet. Análisis de un caso propuesto por la docente.

UNIDAD 5

OBJETIVOS

Comprender la perspectiva del cliente al pagar por un servicio. Conocer y comprender el concepto de políticas de precios en el servicio. Comprender la influencia del contexto.

Trabajar el tema a través de la ética. Conocer los conceptos de demanda para la fijación del precio. Operar para diseñar estrategias de precios.

CONTENIDOS

Perspectiva del cliente. El contexto. Temas éticos. Los objetivos para diseñar una estrategia de precios. Demanda. Estrategia de precios.

PROCESOS

Comprender los conceptos. Reconocer la importancia del contexto. Identificar contexto. Comprender el funcionamiento de la demanda del servicio. Comprender y enunciar objetivos de la política de precios. Comprender la relación objetivos-estrategia-resultados.

ACTIVIDADES

Lectura comprensiva y análisis de información del sector servicios en las diferentes economías regionales. Diseño de redes conceptuales. Resolución de cuestionarios de análisis. Resolución de ejercicios de aplicación como búsquedas en internet, investigación de campo en una empresa de servicios de la zona. Análisis de un caso presentado por la docente.

UNIDAD 6

OBJETIVO

Comprender la importancia de la planificación en la prestación de servicios. Comprender la necesidad de diseñar un sistema de entrega. Identificar el tipo de contacto. Valorar la importancia de los elementos físicos en la entrega. Comprender la importancia de las TICX en los servicios (tecnologías de la comunicación y la conectividad)

CONTENIDOS

Estrategias de entrega de servicios. Tipos de contacto. Lugar, elementos físicos. Los intermediarios. La tecnología. La aplicación e la tecnología a los servicios. Implicancias de internet en las empresas de servicios

PROCESOS

Comprender el concepto de entrega. Relacionar la entrega con el diseño de una estrategia. Comprender e identificar distintas estrategias. Conocer los tipos de contacto

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

- Exposición dialogada

- Interrogación didáctica
- Pequeño grupo de discusión
- Exposición

EVALUACIÓN

- Permanente , oral y escrita.
- Pruebas escritas individuales
- Trabajos prácticos

BIBLIOGRAFIA

ADMINISTRACIÓN DE SEVICIOS. ESTRATEGIAS DE MARKETING OPERACIONES Y RECURSOS HUMANOS., Huete D Andrea , Reynoso y Lovelock. Pearson Prentice Hall, 2004.