

Curso: SERVICIO AL CLIENTE		Horas aula: 2
Clave: ADM65C1		Horas plataforma: 2
Antecedentes:		Horas laboratorio: 0
Competencia del área: Analizar las variables y factores que inciden en el trabajo directivo en las organizaciones, para la gestión y el desarrollo empresarial que permitan el logro de los objetivos y metas corporativas.	Competencia del curso: Desarrollar un manual de calidad en el servicio con la finalidad de aplicar todas las herramientas en el servicio al cliente como una ventaja competitiva para la empresa, en un sentido real y práctico en la importancia del desempeño de las actividades, a través del trabajo en equipo y una mejora continua.	
Elementos de competencia:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar la importancia de la calidad y servicio al cliente para el reconocimiento del uso de las estrategias para una mejora continua en las empresas, que permitan alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad, mediante la optimización de recursos. 2. Analizar el proceso del servicio y atención al cliente para desarrollar estrategias en las empresas que mejoren las habilidades y destrezas del cliente interno para ofrecer un servicio de calidad. 3. Diseñar un manual del servicio al cliente de una empresa de la localidad para mantener una mejora continua aplicable a su organización para el logro de sus objetivos corporativos en un contexto cambiante. 		
Perfil del docente:		
Licenciado en Administración de Empresas, preferentemente con Posgrado en Gestión del Servicio al Cliente, Administración de la Calidad o afin a la asignatura. Experiencia profesional en Servicio al Cliente y Calidad, así como, en docencia mínima de dos años, planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios. Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo, con una actitud de cambio a las innovaciones pedagógicas. Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo.		
Elaboró: ROMO RODRIGUEZ MA. DE LOS ANGELES		Noviembre 2019
Revisó: ANA LOURDES PARTIDA GAMEZ		Diciembre 2019
Última actualización:		
Autorizó: Coordinación de Procesos Educativos		Enero 2020

Elemento de competencia 1: Identificar la importancia de la calidad y servicio al cliente para el reconocimiento del uso de las estrategias para una mejora continua en las empresas, que permitan alcanzar sus objetivos de crecimiento y rentabilidad, mediante la optimización de recursos.

EC1 Fase I: Bases del Servicio al Cliente

Contenido: Servicio al cliente y su importancia en la creación de lealtad.

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 1: Cuadro sinóptico

1. Participar en binas en la revisión de la secuencia didáctica en el aula sobre el contenido, metodología y criterios de evaluación del curso; haciendo énfasis en la importancia del trabajo colaborativo en cada elemento de competencia.
2. Elaborar, en plataforma y de manera individual, un cuadro sinóptico de cada elemento que la conforma y realizarán una conclusión sobre las expectativas del curso.

3 hrs. Aula
2 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()

Recursos:

Secuencia Didáctica del curso

Criterios de evaluación de la actividad:

- Asistencia
- Participación en clase presencial.
- Entrega en tiempo y forma a través de la plataforma institucional
- [Rúbrica de cuadro sinóptico](#)

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 2: Investigación Documental

Elaborar, en plataforma, una investigación documental acerca de los antecedentes de la calidad, la cual tendrá que cubrir los siguientes requisitos:

- Portada
- Introducción
- Desarrollo del tema
- Conclusión
- Bibliografía

Se analizará en clase presencial de acuerdo a la fecha estipulada por el facilitador.

2 hrs. Aula
1 hr. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)

Recursos:

- [Antecedentes de la Calidad](#)
- [Antecedentes de la Calidad](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

- Asistencia
- Participación en clase presencial
- Entrega en tiempo y forma
- [Rúbrica de trabajo de investigación](#)

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 3: Mapa Conceptual

Elaborar, en plataforma, un mapa conceptual, utilizando los conceptos básicos de la calidad: Calidad, Servicio, Calidad en el Servicio y Producto, con base en la explicación del docente sobre el tema y la bibliografía sugerida. Deberán considerar como mínimo 3 autores.

2 hrs. Aula

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()

Recursos:

Colunga. Davila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio. México, Editorial Panorama

Criterios de evaluación de la actividad:

- [Rúbrica de Mapa Conceptual](#)

1 hr. Plataforma	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia • Entrega en tiempo y forma • Participación
EC1 Fase II: Aspectos generales del servicio al cliente	
Contenido: Diferencia entre producto y servicio, producto del servicio y servicio al cliente.	
<p>EC1 F2 Actividad de aprendizaje 4: Exposición</p> <p>Realizar, en equipos, una presentación en PowerPoint que incluya su opinión personal de los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué estudiar los servicios? • Diferencia entre producto y servicio • Productos de servicio y servicio al cliente • En aula se realizarán las presentaciones de los trabajos. <p>Deberá basarse en la investigación previa que haga del tema, como actividad de plataforma.</p> <p>3 hrs. Aula 2 hrs. Plataforma</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio () Grupal () Individual () Equipo (X)</p> <p>Recursos: Lovelock Reynoso. D' Andrea. Huete. Wirtz (2011). "Administración de Servicios". Segunda Edición. Editorial Perarson.México.</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación en tiempo y forma • Vestimenta formal • Dominio del tema • Interacción con el grupo • Subirlo a plataforma en tiempo forma • Rúbrica de Exposición
EC1 Fase III: Gestión de las relaciones publicas con los clientes	
Contenido: Importancia de las relaciones publicas, medios de comunicación con los clientes, la ética en la relaciones públicas.	
<p>EC1 F3 Actividad de aprendizaje 5: Trabajo de investigación</p> <p>Elaborar, en plataforma, y con base en la bibliografía sugerida, un trabajo de investigación de los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Importancia de las relaciones públicas • Medios de comunicación con los clientes • La ética en las relaciones públicas. <p>En clase se analizará el tema y el facilitador reforzará lo investigado con ejemplos concretos.</p> <p>3 hrs. Aula 3 hrs. Plataforma</p>	<p>Tipo de actividad: Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arana, de la G. R., Ginebra, J. (1997). Dirección por servicios. 2 Ed. México. Editorial Pedagógica, S.A. de C.V. • Aprende todo sobre las relaciones públicas: qué son, cuáles son sus áreas de especialización y el mercado laboral. • Ética en las Relaciones Públicas <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia • Participación en clase presencial • Entrega puntual del trabajo • Rúbrica de trabajo de investigación
<p>Evaluación formativa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigación Documental 2. Mapa Conceptual 3. Actividades entregadas en plataforma en tiempo y forma 4. Evaluación del primer elemento de competencia en aula 	

5. Asistencia y participación en clase presencial

6. Valores y actitudes (Responsabilidad, Honestidad, Puntualidad y Respeto)

Fuentes de información

1. Arana, de la G. R., Ginebra, J. (1997). Dirección por servicios. 2 Ed. México. Editorial Pedagógica, S.A. de C.V.
2. Colunga, D. C. (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
3. Martin, W. B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.
4. Ramírez, C. C. (2002). Calidad Total en la Empresas Turísticas, México, Editorial Trillas
5. Torruco, M. M., Ramírez, B. M. (1991). Servicios Turísticos: La oferta y sus principales componentes. 2 Ed. México. Ed. Diana

Elemento de competencia 2: Analizar el proceso del servicio y atención al cliente para desarrollar estrategias en las empresas que mejoren las habilidades y destrezas del cliente interno para ofrecer un servicio de calidad.

EC2 Fase I: Reglas del servicio

Contenido: Triángulo del Servicio, reglas del servicio, el mal servicio y sus costos

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 6: Dramatización

Realizar, en plataforma y en equipos de trabajo, un video sobre la dramatización del tema de atención y servicio al cliente, utilizando las reglas del servicio, donde se puedan apreciar una atención de calidad y una mala atención, poniendo especial atención a la ambientación del lugar al momento de grabar y editar por el equipo. Se presentarán, en aula, los videos realizados y se comentarán en plenaria.

3 hrs. Aula
3 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)

Recursos:

- Arana, de la Garza Rafael/Joan Ginebra. (1997). Dirección por servicios. 2 Ed. México. Editorial Pedagógica, S.A. de C.V.
- Colunga, Dávila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
- Martin, William B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.
- Ramírez, Cabazas Cesar, (2002). Calidad Total en la Empresas Turísticas, México, Editorial Trillas
- Torruco, Márquez Miguel/Manuel Ramírez Blanco. (1991). Servicios Turísticos: La oferta y sus principales componentes. 2 Ed. México. Ed. Diana
- [Reglas de Atención al cliente](#)
- [Reglas de oro del servicio](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

- [Rubrica de Dramatización](#)
- Presentación de dramatización en tiempo y forma
- Ambientación
- Duración 30 minutos
- Interacción con el grupo

EC2 Fase II: Ciclo del servicio

Contenido: Ciclo del servicio al cliente

EC2 F2 Actividad de aprendizaje 7: Mapa conceptual

Elaborar, en plataforma y en binas, un mapa conceptual sobre el tema de servicio al cliente con base en la explicación del docente y la visita a una empresa de la localidad, que el mismo alumno determine, en la cual investigue cuál es ciclo del servicio al cliente que ellos llevan a cabo. Así como un reporte con fotografía de la empresa. En el aula se analizará el tema del ciclo del servicio al cliente, el cual tendrán que socializar entre sus compañeros.

2 hrs. Aula
3 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)

Recursos:

- Colunga, Dávila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
- Ramirez, Cabazas César, (2002). Calidad Total en la Empresas Turísticas, México, Editorial Trillas
- Martin, William B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.

Criterios de evaluación de la actividad:

- [Rúbrica de Mapa Conceptual](#)
- Entrega en tiempo y forma del mapa conceptual
- Participación en clase

EC2 Fase III: La alta dirección

Contenido: El ciclo del servicio de la empresa

EC2 F3 Actividad de aprendizaje 8: Exposición oral y trabajo escrito

Investigar y exponer, organizados en equipo de 5 integrantes, el tema asignado por el facilitador. Los temas son los siguientes:

1. Solo la alta dirección puede intervenir el ciclo del servicio.
2. Las decisiones deben estar basadas en los hechos.
3. Las herramientas estadísticas básicas para analizar los datos
4. La mejora del servicio
5. El nivel de autocontrol

Realizar, en plataforma y de manera individual, un trabajo escrito sobre el análisis de cada una de las exposiciones realizadas en aula.

3 hrs. Aula

4 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo (X)

Recursos:

Colunga, Davila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.

Criterios de evaluación de la actividad:

- Presentación personal
- Asistencia
- Dominio del tema
- Puntualidad
- Interacción grupal
- [Rubrica de Exposición](#)
- [Rúbrica de trabajo escrito](#)

Evaluación formativa:

1. Mapa conceptual
2. Exposición Oral
3. Actividades entregadas en plataforma en tiempo y forma
4. Evaluación del segundo elemento de competencia en aula
5. Asistencia y participación en clase presencial
6. Valores y actitudes (Responsabilidad, Honestidad, Puntualidad y Respeto)

Fuentes de información

1. Colunga, D. C. (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
2. DUCHESSI, P. (2003). "Cómo crear valor para el cliente". Edit. Panorama. México.
3. LOVELOCK. R. D'A. Huete. Wirtz. (2011). "Administración de Servicios" Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. Segunda Edición. Editorial Pearson. México.
4. Martin, W. B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.
5. Ramirez, C. C. (2002). Calidad Total en la Empresas Turísticas, México, Editorial Trillas
6. ULWICK, A. W. (2006). "Ofrezca a sus clientes lo que desean" Edit. McGraw Hill. México.

Elemento de competencia 3: Diseñar un manual del servicio al cliente de una empresa de la localidad para mantener una mejora continua aplicable a su organización para el logro de sus objetivos corporativos en un contexto cambiante.

EC3 Fase I: Manual de servicio al cliente

Contenido: Procedimiento para elaborar un manual

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 9: Trabajo de investigación

Realizar, en plataforma y de manera individual, un trabajo de investigación sobre el tema "Momentos de la verdad en el servicio al cliente", mismo que se analizará en el aula con ejemplos reales. Dicho tema es fundamental para la elaboración del manual de acuerdo al ciclo del servicio al cliente que la empresa brinda en cada uno de sus departamentos.

3 hrs. Aula
3 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()

Recursos:

- Arana, de la Garza Rafael/Joan Ginebra. (1997). Dirección por servicios. 2 Ed. México. Editorial Pedagógica, S.A. de C.V.
- Colunga, Dávila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
- Martin, William B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.
- Ramírez, Cabazas Cesar, (2002). Calidad Total en la Empresas Turísticas, México, Editorial Trillas
- Torruco, Márquez Miguel/Manuel Ramírez Blanco. (1991). Servicios Turísticos: La oferta y sus principales componentes. 2 Ed. México. Ed. Diana

Criterios de evaluación de la actividad:

- Asistencia
- Participación en clase
- Realización de ejercicios referentes al tema proporcionados por el facilitador
- Entrega de trabajos en tiempo y forma
- [Rúbrica Trabajo de Investigación](#)

EC3 Fase II: Procedimientos para elaborar un manual en el servicio al cliente

Contenido: Los puntos de contacto del cliente con la empresa

EC3 F2 Actividad de aprendizaje 10: Reporte Escrito

1. Elaborar, en plataforma y en equipos de 5 personas, un reporte escrito sobre la evaluación hecha a la empresa con la cual trabajarán para la propuesta de un manual de servicio al cliente.
2. En el reporte deberán mencionar la visita y evidencias de 2 empresas de diferente giro para determinar con cuál se trabajará para la elaboración de dicho manual.
3. En el aula se comentará lo realizado y el facilitador aclarará dudas.

2 hrs. Aula
3 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio ()
Grupal () Individual () Equipo (X)

Recursos:

- Arana, de la Garza Rafael/Joan Ginebra. (1997). Dirección por servicios. 2 Ed. México. Editorial Pedagógica, S.A. de C.V.
- Colunga, Dávila Carlos, (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama.
- Martin, William B. (2002). Servicio de la Calidad al Cliente, México, Editorial Trillas.
- Empresa seleccionada

Criterios de evaluación de la actividad:

- Entregar en tiempo y forma
- [Rúbrica de reporte escrito](#)

EC3 F2 Actividad de aprendizaje 11: Proyecto:

Tipo de actividad:

<p>Manual de Servicio al cliente</p> <p>Elaborar, en plataforma y en equipos de cinco personas, un Manual de Servicio al Cliente para personal de contacto de la empresa que previamente eligieron. El manual deberá incluir los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portada • Introducción • Nombre de la empresa • Logo y eslogan de la empresa • Giro • Desarrollo de los temas que el equipo considere apropiados para el manual de servicio al cliente y vistos en clase. • Conclusiones personales • Anexos (fotos, organigrama de la empresa, tríptico, etc) • Bibliografía <p>En clase se presentarán avances y el facilitador retroalimentará lo realizado.</p> <p>2 hrs. Aula 5 hrs. Plataforma</p>	<p>Aula (X) Plataforma (X) Laboratorio () Grupal () Individual () Equipo (X)</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasos para crear manual de atención al cliente • Diseño de manual <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia • Participación • Entrega en fecha indicada por el facilitador • Rúbrica de presentación de avances
<p>EC3 F2 Actividad de aprendizaje 12: Presentación del Manual</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar formalmente el Manual del Servicio al Cliente al dueño o representante de la empresa, previamente supervisado y evaluado por el facilitador durante su elaboración. 2. Elaborar un reporte escrito, de forma individual, de la presentación a la empresa, el cual se comentará en clase. <p>2 hrs. Aula</p>	<p>Tipo de actividad:</p> <p>Aula (X) Plataforma () Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo (X)</p> <p>Recursos:</p> <p>Manual elaborado por los estudiantes</p> <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rúbrica de presentación oral • Vestimenta formal
<p>Evaluación formativa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades entregadas en plataforma en tiempo y forma 2. Entrega del Manual de Servicio al cliente 3. Trabajo de investigación 4. Investigación de Campo 5. Asistencia y participación en clase presencial 6. Valores y actitudes(Responsabilidad, Honestidad, Puntualidad y Respeto) 	
<p>Fuentes de información</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Colunga, D. C. (1999). La Calidad en el Servicio, México, Editorial Panorama. 2. DUCHESSI, P. (2003). “<i>Cómo crear valor para el cliente</i>”. Edit. Panorama. México. 	

3. LOVELOCK, R. D'A. Huete. Wirtz. (2011). *"Administración de Servicios" Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios*. Segunda Edición. Editorial Pearson. México.
4. Martin, W. B. (2002). *Servicio de la Calidad al Cliente*, México, Editorial Trillas.
5. Ramirez, C. C. (2002). *Calidad Total en la Empresas Turisticas*, México, Editorial Trillas
6. ULWICK, A. W. (2006). *"Ofrezca a sus clientes lo que desean"* Edit. McGraw Hill. México.

Políticas	Metodología	Evaluación
<p>Para el desarrollo óptimo del curso el alumno deberá cumplir con las siguientes políticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplir cabalmente con la entrega de trabajos en cuanto a tiempo y forma. • En caso de plagio el alumno no obtendrá la competencia en la evaluación correspondiente al trabajo. • No introducir alimentos y bebidas al aula de clases. • Mantener el celular en vibrador. • No se permite la entrada después de 10 minutos de retraso. 	<p>Para alcanzar la competencia del curso de la asignatura de Servicio al Cliente, deberá seguir la siguiente metodología.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisar con frecuencia la plataforma institucional. • Realizar visitas de campo cuando las indique el docente. • Participar en las actividades asignadas individuales o en equipo. • Consultar las rúbricas indicadas para tener conocimiento de los criterios de evaluación de cada actividad. • En los dos primeros elementos de la materia se realizará una evaluación teórica que se complementa con los otros criterios de evaluación establecidos por el docente. 	<p>Consultar los siguientes artículos del reglamento escolar de la UES:</p> <p>ARTÍCULO 27. La evaluación es el proceso que permite valorar el desarrollo de las competencias establecidas en las secuencias didácticas del plan de estudio del programa educativo correspondiente. Su metodología es integral y considera diversos tipos de evidencias de conocimiento, desempeño y producto por parte del alumno.</p> <p>ARTÍCULO 28. Las modalidades de evaluación en la Universidad son: I. Diagnóstica permanente, entendiéndose esta como la evaluación continua del estudiante durante la realización de una o varias actividades; II. Formativa, siendo esta, la evaluación al alumno durante el desarrollo de cada elemento de competencia; y III. Sumativa es la evaluación general de todas y cada una de las actividades y evidencias de las secuencias didácticas. Sólo los resultados de la evaluación sumativa tienen efectos de acreditación y serán reportados al departamento de registro y control escolar.</p> <p>ARTÍCULO 29. La evaluación sumativa será realizada tomando en consideración de manera conjunta y razonada, las evidencias del desarrollo de las competencias y los aspectos relacionados con las actitudes y valores logrados por el alumno. Para tener derecho a la evaluación sumativa de las asignaturas, el alumno deberá: I. Cumplir con la evidencia de las</p>

actividades establecidas en las secuencias didácticas; II. Asistir como mínimo al 70% de las sesiones de clase impartidas.

ARTÍCULO 30. Los resultados de la evaluación expresarán el grado de dominio de las competencias, por lo que la escala de evaluación contemplará los niveles de:

I. Competente sobresaliente;

II. Competente avanzado;

III. Competente intermedio;

IV. Competente básico; y

V. No aprobado.

El nivel mínimo para acreditar una asignatura será el de competente básico. Para fines de acreditación los niveles tendrán un equivalente numérico conforme a la siguiente tabla:

Competente sobresaliente 10

Competente avanzado 9

Competente intermedio 8

Competente básico 7

No aprobado 6