



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

SÍLABO

**Sílabo adaptado en el marco de la emergencia sanitaria por el COVID-19
GESTION DE EMPRESAS DE SERVICIOS**

Asignatura no presencial

I. DATOS GENERALES

- | | |
|---------------------------------------|---|
| 1.1. Departamento Académico | : Ciencias Administrativas y Recursos Humanos |
| 1.2. Semestre Académico | : 2021 –I |
| 1.3. Código de asignatura | : 024299 |
| 1.4. Ciclo | : Quinto |
| 1.5. Créditos | : 4 |
| 1.6. Horas semanales totales | : 7 |
| 1.6.1. Horas de teoría y práctica | : HT 3 – HP 2 |
| 1.6.2. Horas de trabajo independiente | : 2 |
| 1.7. Requisito(s) | : Estadística Aplicada a la Gestión Empresarial |
| 1.8. Docentes | : Comisión de sílabos. |

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito diseñar y gestionar las actividades de servicio mediante métodos, técnicas y fundamentos que permitan optimizar los procesos y decisiones.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Importancia y elementos de los servicios. 2. Diseño y planeación de la experiencia del servicio. 3. La creación de valor y servicio en un mercado competitivo y los costos del servicio. 4. Evaluación y medición del servicio.

La asignatura exige del estudiante la elaboración y presentación de un informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Diseña actividades de servicio aplicando métodos, procedimientos y técnicas para el diseño y gestión de procesos relacionados con los servicios de calidad, en un contexto globalizado y altamente competitivo.

3.2. Componentes

Capacidades

- Compara los sistemas de gestión y los aspectos estratégicos de los servicios en las empresas considerando sus implicancias gerenciales.
- Elabora el diseño de un sistema de servicio tomando en consideración sus elementos.
- Aplica los aspectos específicos de mercadotecnia, costos y calidad en los servicios orientados a generar valor para el cliente.
- Propone un diseño de evaluación y medición del servicio considerando indicadores e instrumentos de evaluación.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona,
- Compromiso,
- Conservación ambiental,
- Búsqueda de excelencia.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 IMPORTANCIA Y ELEMENTOS DE LOS SERVICIOS					
CAPACIDAD: Compara los sistemas de gestión y los aspectos estratégicos de los servicios en las empresas, considerando sus implicancias gerenciales.					
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
1	<ul style="list-style-type: none"> La evolución de los servicios y sus principales enfoques en la economía. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del silabo: Competencia, capacidades y contenidos. Normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. Distingue los enfoques de los servicios en la economía 	Sesión en línea N°1 Evaluación diagnóstica Exposición interactiva	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Elabora una línea de tiempo de la evolución de la industria y servicios señalando los hitos enfoques teóricos. (CPC: a,d,h,i) 	Sesión en línea N°2 Actividad aplicativa Informe oral	2 HP	
2	<ul style="list-style-type: none"> Importancia y elementos del servicio, los sistemas de producción de los servicios, (partes, funciones) y sus tipos. 	<ul style="list-style-type: none"> Identifica las partes de un sistema de producción. (CPC: d,e,g,h,j,k) Organización del trabajo de investigación: Informe sobre un Plan de Mejora de la Calidad del Servicio. 	Sesión en línea N°3 Exposición dialogada Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa. Identifica la estructura del informe para el plan de mejora. 	Sesión en línea N°4 Actividad aplicativa Presentación de Reporte Tutoría	2 HP	
3	<ul style="list-style-type: none"> La servucción, sus elementos y relaciones, Las Implicancias gerenciales del sistema de servucción. 	<ul style="list-style-type: none"> Analiza los elementos y relaciones de un sistema de servucción. (CPC: a, b,d,e,k) 	Sesión en línea N°5 Exposición problematizadora Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Lectura en inglés: Desarrollo de lectura en idioma Inglés sobre la importancia de las empresas de servicios en la economía de los países. http://deepcentre.com/wordpress/wp-content/uploads/2014/10/DEEP-Centre-Winning-in-the-Global-Services-Economy-Sept-2014.pdf Discute la estructura y contenido del plan de investigación 	Sesión en línea N°6 Actividad aplicativa Recensión de lectura Foro	2 HP	
4	<ul style="list-style-type: none"> La gestión de clientes, personal de contacto, soporte físico y gestión estratégica de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Evalúa las implicancias del sistema de servucción y el resultado de la experiencia del cliente. (CPC: a,b,d,h,i,j) Visionado de video: Centro de Gestión de Servicios, mejorando la experiencia de soporte a usuarios: https://www.youtube.com/watch?v=qKSGg1zU_HM 	Sesión en línea N°7 Exposición dialogada Recensión de video Chat	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo I: Presenta el Plan de Investigación Formativa, (estructura del informe para el Plan de Mejora) 	Sesión en línea N°8 Actividad aplicativa Presentación del Plan de Investigación / Tutoría	2 HP	
		<ul style="list-style-type: none"> Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del plan de investigación a grupos asignados. 			

UNIDAD 2
DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL SERVICIO

CAPACIDAD:

Elabora el diseño de un sistema de servicio tomando en consideración sus elementos.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
5	<ul style="list-style-type: none"> La experiencia del cliente, el marketing de experiencias, su proceso y técnicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Describe la importancia de la experiencia del cliente y el proceso de las estrategias de servicios. 	Sesión en línea N°9 Exposición dialogada Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Taller: los estudiantes elegirán una empresa del rubro de servicios e identificarán los ciclos de servicios y sus fases. (CPC: a,b,d,e,g,k) 	Sesión en línea N°10 Actividad aplicativa Taller- virtual Foro	2 HP	
6	<ul style="list-style-type: none"> El ciclo de servicio, los momentos de la verdad, y sus fases dentro del diseño del sistema de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Establece la importancia de los momentos de la verdad en el ciclo de servicio. (CPC: d,g,k) Visionado de video: Momentos de verdad y el ciclo de servicios. https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM 	Sesión en línea N°11 Exposición problematizadora Recensión de video Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Dilema ético: Enmascara la estructura del servicio planificado de la empresa y sus costos, para presentar un servicio distorsionado. Realiza la búsqueda de información en repositorios aplicando la Norma Apa en el registro de fuente y del contenido. 	Sesión en línea N°12 Actividad aplicativa Informe sobre dilema ético Asesoría	2 HP	
7	<ul style="list-style-type: none"> El diseño y la planificación estratégica de la experiencia del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Formula los objetivos estratégicos de un sistema de servicios. Elabora un cuadro comparativo de los elementos que intervienen en el servicio. (CPC: a,d,j,l) 	Sesión en línea N° 13 Exposición dialogada Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo II: Reporte de recopilación y análisis de la información para la elaboración del informe del plan de mejora Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados. 	Sesión en línea N°14 Actividad aplicativa Presentación efectiva Tutoría	2 HP	
8	<ul style="list-style-type: none"> Determinación de la demanda, lugar, tiempo y recursos físicos para la prestación de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Considera la tecnología y estrategia en una experiencia de servicio en una empresa. (CPC: a,d,h,j,l) Visionado de video: Cado de éxito, Oferta y demanda de servicios tecnológicos. https://www.youtube.com/watch?v=UQXCPS2vRoY 	Sesión en línea N° 15 Recensión de video Foro	3 HT	2
		<p>Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje.</p>	Sesión en línea N°16 Evaluación	2 HP	

UNIDAD 3
LA CREACIÓN DE VALOR Y SERVICIO EN UN MERCADO COMPETITIVO Y LOS COSTOS DEL SERVICIO

CAPACIDAD:

Aplica los aspectos específicos de mercadotecnia, costos y calidad en los servicios orientados a generar valor para el cliente.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
9	<ul style="list-style-type: none"> Tecnología y estrategia en las empresas de servicio 	<ul style="list-style-type: none"> Lectura sobre El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización- file:///C:/Users/cesar/Downloads/Dialnet-EICRMComoHerramientaParaElServicioAlClienteEnLaOrg-5234042.pdf Elabora reporte sobre la lectura de la importancia de la tecnología en los servicios CRM, Big Data. (CPC: I) 	Sesión en línea N° 17 Foro Sesión en línea N° 18 Actividad aplicativa Recensión de lectura Foro	3 HT 2 HP	2
10	<ul style="list-style-type: none"> La creación de valor y servicio en un mercado competitivo, Estrategias de precios para servicios Los costos del servicio y sus componentes, La reducción de costos sin afectar la calidad. El Outsourcing y el BPO como herramientas de apoyo. 	<ul style="list-style-type: none"> Desarrolla la creación de valor y grafica el ciclo de servicio tomando en cuenta sus fases y los clústeres donde se desarrollan. (CPC: a,d,f,i) Lectura en inglés: Desarrollo de lectura en idioma Inglés sobre la creación de valor en las empresas de servicios. https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/29218/559_978-952-232-157-2.pdf Orientaciones para la redacción del informe de investigación en proceso. Define los aspectos que integran la creación de valor de un servicio en un mercado competitivo, formula la estrategia de precios a aplicarse en un servicio. Visionado de video: ¿Qué es el outsourcing? https://www.youtube.com/watch?v=4uTFUuitjQ (CPC: a,d,e,j) 	Sesión en línea N°19 Exposición dialogada Foro Sesión en línea N° 20 Actividad aplicativa Recensión de lectura Foro	3 HT 2 HP	2
11	<ul style="list-style-type: none"> Experiencias Empresariales y de Negocios 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora reportes de participación en los seminarios de discusión de la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y Congresos de Especialidad. 	Sesión en línea N°21 Conferencias en línea Reporte Sesión en línea N° 22 Reporte	3 HT 2 HP	2
12	<ul style="list-style-type: none"> La atención al cliente, sus tipos, el manejo de las quejas y reclamos, la lealtad de los clientes, su generación y los indicadores de medición del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza KPI para medir el desempeño de la calidad del servicio al cliente y su fidelización. (CPC: a,d,f,i,j) Taller: Propuesta de alternativas de mejora de los servicios observados. (CPC: a,d,e,i,k) Monitoreo III: Presentación de un esquema de redacción del informe final: Plan de Mejora de la Calidad. Tutoría: Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados. 	Sesión en línea N°23 Exposición dialogada Foro Sesión en línea N° 24 Actividad aplicativa Taller virtual Presentación efectiva del informe / Tutoría	3 HT 2 HP	2

**UNIDAD 4
EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DEL SERVICIO**

CAPACIDAD:

Propone un diseño de evaluación y medición del servicio considerando indicadores e instrumentos de evaluación.

SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS	HORAS DE TRAB. INDEP.
13	<ul style="list-style-type: none"> Los sistemas de calidad en empresas de servicios, medición y evaluación, La mejora continua en empresas de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> Propone acciones para la implantación de sistemas de calidad y mejora continua (CPC: a,d,j,k,l) 	Sesión en línea N°25 Exposición dialogada Foro	3 HT	2
		<ul style="list-style-type: none"> Presentación del informe final de Investigación Formativa: informe del plan de mejora de la calidad. Tutoría: Absuelve consultas y orienta a grupos asignados; revisa el informe final 	Sesión en línea N° 26 Actividad aplicativa Presentación efectiva del informe / Tutoría	2 HP	
14	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación y medición del servicio, sus instrumentos para medir la satisfacción del cliente. Certificaciones y Normas de calidad (series ISO 9000:2000 ; HACCP) 	<ul style="list-style-type: none"> Compara las técnicas e instrumentos para medir la satisfacción de clientes. (CPC: a,d,e,j,l) Compara las certificaciones y Normas de calidad series ISO 9000:2000; y HACCP (CPC: d,e,h,i) 	Sesión en línea N°27 Exposición dialogada Foro	3 HT	2
			Sesión en línea N° 28 Actividad aplicativa Taller virtual Foro	2 HP	
15	<ul style="list-style-type: none"> Revisión y reforzamiento de temas críticos de la asignatura. 	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza la técnica de la pregunta-respuesta y el reforzamiento de los contenidos. 	Sesión en línea N°29 Exposición dialogada Asesoría	3 HT	2
			Sesión en línea N° 30 Reflexión Participación individual	2 HP	
16	<p>Examen final: Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje. (CPC: l)</p>		Sesión en línea N° 31 Evaluación	3 HT	2
			Sesión en línea N° 32 Reporte	2 HP	

V. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orientan al desarrollo de capacidades y la construcción de saberes por los estudiantes, aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social. Se toma en cuenta contenidos transversales del Componente Profesional Común – CPC – propios de las carreras de negocios, en el marco de la acreditación de ACBSP.

Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias del aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos, la lectura comprensiva (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros, videos explicativos grabados, videos complementarios de soporte, plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa asincrónica, entre otros. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

Por ello, de acuerdo con el modelo educativo, el profesor se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad, el proceso de construcción de sus conocimientos. Proporciona información actualizada y resuelve dudas de los estudiantes incentivando su participación activa. El estudiante asume responsabilidad de participación activa en la construcción de sus conocimientos durante las sesiones, en los trabajos por encargo asignados y en la exigencia investigativa del silabo.

VI. RECURSOS DIDACTICOS

- Libros digitales, portafolios, sesiones en línea, foros, chats, correo, videos tutoriales, wikis, blogs, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen a emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el silabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer.** Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)**, resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP+ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- D'Andrea, G. Huete, L. y Reynoso, J. (2004). *Administración de Servicios*. (Primera edición). México: Editorial Pearson Education S.A.
- Martín (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones de empresas de servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Blanco, A. (2005). *Atención al cliente*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible. Fundamento de un buen servicio al cliente*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda. ECOE Ediciones

Cobertura del Componente Profesional Común (CPC) por áreas (expresadas en horas durante el semestre)

a) Marketing	b) Finanzas	d) Gestión	e) A. Legal	f) Economía	g) Ética	h) D. Global	i) Sis. Información	j) Cuantitativo	k) Política	l) Integradora	Carga total del estudiante
12	1	52	6	2	3.5	4	5.5	7.5	5.5	13	112

Sistematizado por Javier Ramírez Corzo

Fecha: 28 de febrero de 2021

Revisión pedagógica: René Del Águila Riva