FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS

SÍLABO
GESTION DE EMPRESAS DE SERVICIOS

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico : Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional : Administración
3. Programa : Pregrado
4. Semestre Académico : 2023 –II
5. Tipo de asignatura : Obligatoria
6. Modalidad de asignatura : Presencial
7. Código de asignatura : 02429905030
8. Ciclo : Quinto
9. Créditos : 3
10. **Horas semanales totales** : 5.5
    - Horas lectivas teoría : 2
    - Horas lectivas practica : 2
    - **Horas lectivas totales** : 4
    - Horas no lectivas de teoría : -
    - Horas no lectivas de práctica : -
    - **Horas no lectivas totales** : -
    - **Horas de Trabajo** Independiente : 1.5
11. Requisito : Estadística Aplicada a la Gestión Empresarial

12.- Docentes : Ramírez Javier

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito diseñar y gestionar las actividades de servicio mediante métodos, técnicas y fundamentos que permitan optimizar los procesos y decisiones, considerando los cambios en el entorno organizacional y/o social y dentro de una economía colaborativa.

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, colaborativo 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, considerando las variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Gestión de modelos de negocios

Crea modelos de negocios viables y factibles en un escenario competitivo

3.2. Componentes

Capacidades

- Valora los marcos normativos de la constitución, organización y gestión de empresas de bienes y servicios, con criterio de sostenibilidad.
- Define estrategias que se utilizarán para alcanzar el logro de los objetivos comerciales de la empresa, con enfoque de responsabilidad social.
- Establece las bases y estructura del diseño organización de la empresa, con uso pertinente de instrumentos propios de la organización.
- Aplica estrategias de análisis de la gestión y evaluación de procesos, productos y servicios, tomando en consideración el procedimiento del análisis estratégico en las organizaciones.

Actitudes y valores

- Respeto a la persona
- Trabajo en equipo
- Liderazgo (académico, tecnológico y otros)
- Integridad (honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1 IMPORTANCIA Y ELEMENTOS DE LOS SERVICIOS								
CAPACIDAD: Valora los marcos normativos de la constitución, organización y gestión de empresas de bienes y servicios, con criterio de sostenibilidad.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
1	• Los servicios y sus principales enfoques en la economía. La economía colaborativa. **(ODS 12 y 13)**	• Comprende los alcances del silabo: Competencia, capacidades y contenidos, así como las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. • Diseña un cuadro comparativo de los enfoques de los servicios en la economía.	Sesión N°1 Evaluación diagnóstica Exposición interactiva Actividad aplicativa	2	2	-	-	1.5
		• **Actividad 1:** Elabora una línea de tiempo de la evolución de la industria y servicios señalando los hitos enfoques teóricos.	Sesión N°2 Actividad aplicativa Organizador gráfico					
2	• Elementos del servicio, sus sistemas de producción (partes, funciones) y sus tipos.	• Grafica las partes de un sistema de producción. • **Organiza el trabajo de investigación: Informe sobre un Plan de Mejora de la Calidad del Servicio del caso presentado en el simulador.**	Sesión N°3 Exposición dialogada Foro	2	2	-	-	1.5
		• **Presenta la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa.** • Identifica la estructura del informe para el plan de mejora. • **Actividad 2: Simulación:** Presenta el entorno del simulador INNOVA HOTEL y del manual de la compañía a simular.	Sesión N°4 Actividad aplicativa **Presentación de Simulador**					
3	• La servucción, sus elementos y relaciones, Las Implicancias gerenciales del sistema.	• Elabora un gráfico de articulación de los elementos de servucción del hotel asignado para la simulación. • **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 (CPC: a,b,d,e,k)	Sesión N°5 Exposición problematizadora Taller sobre recensión de lectura	2	2	-	-	1.5
		• Discute la estructura y contenido del plan de investigación • **Actividad 3: Simulación:** Analiza las variables empresariales y la cadena de valor del caso propuesto del entorno de simulación. • Responde el **cuestionario de evaluación online** sobre el caso de simulación a desarrollar y realiza simulación de prueba 1	Sesión N°6 Actividad aplicativa **Ingreso de simulación de prueba**					
4	• Gestión de clientes, personal de contacto, soporte físico y gestión estratégica de la empresa.	• Establece criterios d evaluación de las implicancias del sistema de servucción y el resultado de la experiencia del cliente. (CPC: a,b,d,h,i,j) • **Visiona un video**: Centro de Gestión de Servicios, mejorando la experiencia de soporte a usuarios: https://www.youtube.com/watch?v=qKSGg1zU_HM • **Desarrolla un caso didáctico sobre la servucción**	Sesión N°7 Exposición dialogada Taller sobre recensión de video Caso didáctico	2	2	-	-	1.5
		• **Monitoreo I: Presenta el Plan de Investigación Formativa,** (estructura del informe para el Plan de Mejora) del caso presentado en el simulador.	Sesión N°8 Actividad aplicativa Presentación del Plan de Investigación / Tutoría **Trabajo grupal resultados simulación**					
		• **Tutoría:** Absuelve consultas, orienta y revisa avances del plan de investigación a grupos asignados. • **Actividad 4: Simulación:** Revisa simulación de prueba 2 y revisa resultados						

UNIDAD 2 DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Define estrategias que se utilizarán para alcanzar el logro de los objetivos comerciales de la empresa, con enfoque de responsabilidad social.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
5	• Diseño de la experiencia del cliente, el marketing de experiencias, su proceso y técnicas.	• Elabora un esquema de la experiencia del cliente, su proceso y las estrategias de servicios. • **Desarrolla caso didáctico**: sobre la experiencia del cliente y sus estrategias	Sesión N°9 Exposición dialogada Foro Estudio de caso	2	2	-	-	1.5
		• **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) • **Actividad 5: Simulación:** Elabora un plan de acción de acuerdo con el análisis inicial en simulador	Sesión N°10 Actividad aplicativa Taller- virtual Foro **Presentación plan de acción**					
6	• El ciclo de servicio, los momentos de la verdad, y sus fases dentro del diseño del sistema de servicio. • El Customer Jurney Map y su funcionalidad	• **Visiona el video:** Momentos de verdad y el ciclo de servicios. https://www.youtube.com/watch?v=gS_bamwpuhM • **Lectura:** referencia al ciclo de servicio • **Taller:** Grafica el ciclo de servicio, los momentos de la verdad y fases del diseño, utiliza el Customer Jurney Map.	Sesión N°11 Exposición problematizadora Taller sobre ciclo de servicio referido a la empresa del simulador	2	2	-	-	1.5
		• **Dilema ético** Enmascara la estructura del servicio planificado de la empresa y sus costos, para presentar un servicio distorsionado. • Reflexiona los valores institucionales de la USMP • **Actividad 6: Simulación:** Ingresa la primera toma de decisión en el simulador	Sesión N°12 **Actividad aplicativa** Informe sobre dilema y reflexión de los valores institucionales Simulación					
7	• Planificación estratégica de la experiencia del servicio.	• Formula los objetivos estratégicos de un sistema de servicios. • Elabora un cuadro comparativo de los elementos que intervienen en el servicio.	Sesión N° 13 Exposición dialogada Foro	2	2	-		1.5
		• **Monitoreo II: Reporte de recopilación y análisis de la información para la elaboración del informe del plan de mejora sobre la base de los resultados obtenido en el simulador.**	Sesión N°14 Actividad aplicativa / Tutoría **Presentación efectiva resultados simulación**					
8	• El posicionamiento de los servicios en marcados competitivos, la ventaja competitiva, la demanda y la productividad, los recursos físicos para la prestación de servicios.	• Elabora una propuesta sobre la ventaja competitiva de la empresa • **Visiona el video**: Caso de éxito, oferta y demanda de servicios tecnológicos. https://www.youtube.com/watch?v=UQXCPS2vRoY • **Actividad** 8: Simulación Prepara decisiones para toma de decisión 2 **en el simulador**	Sesión N° 15 Taller sobre recensión de video Foro	2	2	-		1.5
	Examen parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje.		Sesión N°16 Evaluación					

UNIDAD 3 LA CREACIÓN DE VALOR Y SERVICIO EN UN MERCADO COMPETITIVO, COLABORATIVO Y LOS COSTOS DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Establece las bases y estructura del diseño organización de la empresa, con uso pertinente de instrumentos propios de la organización								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
9	• Tecnología y estrategia en las empresas de servicio	• Lectura sobre El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización- file:///C:/Users/cesar/Downloads/Dialnet-ElCRMComoHerramientaParaElServicioAlClienteEnLaOrg-5234042.pdf • Elabora reporte sobre la lectura de la importancia de la tecnología en los servicios CRM, Big Data.	Sesión N° 17 Taller Recensión de lectura	2	2	-	-	1.5
		• **Actividad 9: Simulador** Ingresa la segunda toma de decisión en el simulador	Sesión N° 18 Actividad aplicativa **Simulador decisión 2**					
10	• La creación de valor y servicio en un mercado competitivo, Estrategias de fijación de precios efectivos para los 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.	• 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) • Desarrolla un caso didáctico: sobre la creación de valor en las empresas de servicios. • 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.	Sesión N°19 Exposición dialogada Desarrollo de caso didáctico Recensión	2	2	-	-	1.5
		• 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 • Actividad 10: Simulador: Analiza caso de simulación con los resultados obtenidos, elabora informe	Sesión N° 20 Actividad aplicativa Taller **Resultados simulación**					
11	• XV Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios	• Actividad 11: Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios	Sesión N°21 Conferencias y seminarios de discusión Elaboración de reportes	2	2	-	-	1.5
			Sesión N° 22 Conferencias y seminarios de discusión Elaboración de reportes					
12	• La atención al cliente, sus tipos, el manejo de las quejas y reclamos, la creación de la lealtad de los clientes, su generación y los indicadores de medición del servicio.	• Utiliza KPI para medir el desempeño de la calidad del servicio al cliente y su fidelización. • Taller: Propuesta de alternativas de mejora de los servicios observados.	Sesión N°23 Exposición dialogada Taller	2	2	-		1.5
		• **Monitoreo III: Presentación de un esquema de redacción del informe final: Plan de Mejora de la Calidad mejora sobre la base de los resultados obtenido en el simulador.** • **Tutoría:** Absuelve consultas, orienta y revisa avances del informe final a grupos asignados. • **Actividad 12:** Análisis de los indicadores claves del simulador y los objetivos para la tercera toma de decisión. Ingresa tercera toma de decisión	Sesión N° 24 Actividad aplicativa **Tutoría** **Presentación del informe simulación** **Decisión 3**					

UNIDAD 4 EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DEL SERVICIO								
CAPACIDAD: Aplica estrategias de análisis de la gestión y evaluación de procesos, productos y servicios, tomando en consideración el procedimiento del análisis estratégico en las organizaciones.								
SEMANA	**CONTENIDOS CONCEPTUALES**	**CONTENIDOS PROCEDIMENTALES**	**ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE**	**HORAS LECTIVAS**		**HORAS NO LECTIVAS**		**HTI**
				HT	**HP**	**HT**	**HP**	
13	• Sistemas de calidad en empresas de servicios, medición y evaluación, La mejora continua en empresas de servicios. La reingeniería de los procesos y la creación de nuevos servicios.	• Propone acciones para la implantación de sistemas de calidad, en base a la mejora continua, su reingeniería de los procesos y la creación de nuevos servicios • Análisis de los indicadores claves del simulador y los objetivos para la cuarta toma de decisión (simulación)	Sesión N°25 Exposición dialogada Análisis de indicadores	2	2	-		1.5
		• **Actividad 13: Presentación del informe final de Investigación Formativa:** un informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente, considerando las variables de contexto, sus resultados y la experiencia con el simulador • **Tutoría:** Absuelve consultas y orienta a grupos asignados; revisa el informe final • Ingresa cuarta toma de decisión	Sesión N° 26 Actividad aplicativa Presentación efectiva del informe / Tutoría **Simulador decisión 4**					
14	• Evaluación y medición del servicio, sus instrumentos o herramientas para medir la satisfacción del cliente, El modelo Servqual. • Certificaciones y Normas de calidad (series ISO 9000:2000; HACCP)	• Compara las técnicas e instrumentos para medir la satisfacción de clientes. • **Desarrolla un caso didáctico** sobre la evaluación del servicio	Sesión N°27 Exposición dialogada Foro Desarrolla un caso didáctico	2	2	-		1.5
		• Compara las certificaciones y Normas de calidad series ISO 9000:2000; y HACCP • **Actividad 14: Simulación:** Presentación final del análisis de los resultados de la simulación realizada	Sesión N° 28 Actividad aplicativa Taller interactivo **Informe Final Simulador - Trabajo Grupal**					
15	• Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración de informe sobre el plan de mejora en la calidad del servicio al cliente a base de resultados obtenidos en el simulador.	• Actividad 15: Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración del informe realizado.	Sesión N°29 Presentaciones efectivas por equipos Tutoría	2	2	-		1.5
			Sesión N° 30 Presentaciones efectivas por equipos Tutoría					
16	**Examen final:** Tiene carácter integrador y evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje.		Sesión N° 31 Evaluación	2	2			1.5
			Sesión N° 32 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

- La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.

- Según la naturaleza de la asignatura, el profesor podrá utilizar las estrategias de 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 de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. 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.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

- 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 l 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 sílabo. ***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 x 0.25) + (EP2 x 0.25) + (EP3 x 0.25) + (EP4 x 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 x 0.4) + (Ef x 0.6).

El **Promedio final (PF) r**esulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

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

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Martín (2018). *Fundamentos de dirección de operaciones de empresas de servicios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Lovelock.C & Jochen.W. **(**2009). *Marketing de servicios. Personal, tecnología y estrategia*. Sexta edición. Pearson Educación, México.
- Domínguez, H. (2006). *El servicio invisible. Fundamento de un buen servicio al cliente*. Colombia: Universidad Sergio Arboleda. ECOE Ediciones
- Blanco, A. (2005). *Atención al cliente*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- D¨Andrea, G. Huete, L. y Reynoso, J. (2004). *Administración de Servicios*. México: Editorial Pearson Education S.A.

Sistematizado: Hugo Álvarez Aranzamendi / Javier Ramírez Corzo	**Fecha:** 30 de junio de 2023	**Revisión pedagógica**: René Del Águila Riva