



Universidad
Continental

Presentación de la asignatura Marketing de Servicios

Willy Nakasone Vega





Marketing de Servicios

Bienvenidos al apasionante y lucrativo mundo de los servicios donde el marketing juega un papel muy importante para el buen desempeño y eficiencia de los mismos.

En este corto tiempo compartiremos mucha información, la que nos abrirá una perspectiva diferente a la que teníamos hasta hoy de la actividad de los servicios.





Contenido de la asignatura:

- Un breve concepto de marketing de servicios.
- Marketing en organizaciones lucrativas y no lucrativas.
- Desarrollo del marketing de servicios.
- Diseño de programas de marketing de servicio.
- El futuro del marketing de servicios.
- Claves para entender el mundo de los servicios.
- Proceso de satisfacción al cliente.
- La organización de servicios de lo estratégico a lo táctico proceso de creación de servicios.





Competencias de la asignatura

- Comprender el marketing de servicios, los mercados, productos y clientes de servicios.
- También comprender el modelo de servicios y la administración de la interface del cliente.
- Aplicar las estrategias de implementación de servicios redituables a través de ejemplos y casos de empresas.





Unidades Didácticas

La asignatura de Marketing de Servicios está dividida en cuatro Unidades Didácticas.

Unidad I	Unidad II	Unidad III	Unidad IV
Introducción al marketing de servicios.	La calidad en los servicios.	Creación del modelo de servicio.	El cliente y sus percepciones del servicio.



Unidad I: Introducción al marketing de servicios

Al finalizar la unidad ustedes serán capaces de tener clara las definiciones de marketing y servicios y los puntos básicos y fundamentales de los mismos.



Contenido:

- a. El marketing y los servicios.
- b. Características de los servicios.
- c. Evolución de los servicios y el especialista de marketing.

Actividades:

- A través de un collage, explique en qué consisten los factores críticos de éxito de un negocio de servicio al cliente.
- En esta Unidad como parte de la evaluación se utilizará el control de lectura N^º 1.



Unidad II: La calidad en los servicios

Al finalizar la unidad será capaz de identificar las características de los servicios y evidenciar el crecimiento de los servicios.

Contenido:

- a. Calidad para la optimización del servicio.
- b. La comunicación y el manejo de quejas.

Actividad:

Actividad N^o 2.

En esta Unidad tendremos como parte de la evaluación que desarrollar la **Tarea Académica N^o 1.**





Unidad III: Creación del modelo de servicio

Al finalizar la Unidad serán capaces de crear un modelo de servicio.

Contenido:

- a. Dimensiones de los servicios
- b. Segmentación y posicionamiento de los servicios
- c. El mix de marketing de servicios (7P)

Actividad:

Desarrollar la Actividad N^o 3.



Unidad IV: El cliente y sus percepciones del servicio

Al finalizar la unidad será capaz de conocer la valía del cliente y las diversas estrategias para captar, retener y fidelizar al mismo.



Contenido:

- a. El cliente tiene el poder.
- b. Excelencia en el servicio al cliente.
- c. La promoción de técnicas de negociación y resolución de conflictos.

Actividades:

Actividad N^º 4. En esta unidad tendremos como parte de la evaluación que desarrollar la **tarea académica N^º 2**.



Recursos Educativos Virtuales



Recursos que tienes a tu disposición son:

- Manual auto formativo.
- Video clases.
- Foros.
- Podcast y
- Biblioteca virtual.

Sumado al desarrollo de las actividades programadas y el envío oportuno de los productos académicos solicitados, constituirán el soporte para que alcances el resultado de aprendizaje de la asignatura.



Recomendaciones finales

- En las sesiones virtuales de cada semana, guiaré tu aprendizaje, orientaré el desarrollo de las actividades y atenderé tus preguntas e inquietudes.
- Con todas estas orientaciones estamos listos para empezar la asignatura.



