

**PROGRAMA EDUCATIVO:
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

PROGRAMA DE ASIGNATURA: PLAN DE SERVICIOS EN LA POSVENTA DE LOS AUTOMÓVILES

CLAVE: T-PSPA-2

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante propondrá un plan de servicio posventa automotriz, integrando los procesos e instrumentación utilizando los recursos digitales de la organización.			
Competencia a la que contribuye la asignatura		Gestionar las áreas administrativas y operativas de atención al cliente y soporte técnico del automóvil mediante el diagnóstico de mercado, estrategias de venta, herramientas administrativas, y del desarrollo e implementación de los métodos de intervención y operación automotriz para el logro de los objetivos de rentabilidad, mercadológicos, atención y satisfacción del cliente, cumpliendo con los estándares y procedimientos para la óptima operación de la organización, adaptándose a las nuevas tendencias del mercado automotriz.			
Tipo de competencia	Cuatrimestre	Créditos	Modalidad		Horas Totales
Específica	4	4.69	Escolarizada	5	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	I. Plan de mantenimiento y atención a cliente.	6	9
II. Procesos administrativos, comerciales y operativos.	12	18	30
III. Análisis de indicadores en el servicio postventa.	12	18	30

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Totales	30	45	75
----------------	-----------	-----------	-----------

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
Diseñar el programa de mantenimiento y supervisión del automóvil a partir de identificación de las condiciones mecánicas, eléctricas, electrónicas, hidráulicas, neumáticas y tecnológicas de seguridad y confort, apegado a los estándares de calidad de la marca automotriz para desarrollar un programa de mantenimiento con la finalidad de garantizar la durabilidad y fiabilidad, la eficiencia y el rendimiento y cumplir con los estándares de calidad de la normatividad vigente.	Desarrollar estrategias para la valoración de las condiciones del vehículo, Mediante inspecciones en tren motriz, sistema de encendido e inyección de combustible, contra emisiones y sistemas de seguridad pasiva y activas al servicio posventa, para garantizar que el vehículo cuenta con óptimas condiciones y de acuerdo con los métodos de intervención para mantener usuarios.	Elabora un reporte que contenga: Datos del cliente - Fecha y lugar - Productos y servicios adquiridos - Revisión de los puntos críticos de los diferentes sistemas del vehículo. -Detección de fallas en los sistemas del vehículo - Ofrecimientos, garantías -Programa de seguimiento - Encuesta de satisfacción para ofrecer una asesoría comercial de calidad.

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad de Aprendizaje	I. Plan de mantenimiento y atención al cliente					
Propósito esperado	El estudiante elaborará un plan de mantenimiento y atención al cliente para integrar el proceso de servicios de la posventa a partir del diagnóstico de mercado, estrategias ventas y herramientas administrativas.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	9	Horas del Saber Hacer	6	Horas Totales	15

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Herramienta/equipos (administrativas y técnicas)	Identificar las herramientas administrativas: CRM Técnicas: Equipo de diagnóstico y reparación	Reportes en CRM. Reportes de diagnósticos.	El alumno deberá tener la capacidad de organizar con ética, proactividad y análisis, para gestionar adecuadamente el plan de mantenimiento automotriz.
El Customer Journey Map (experiencias del cliente).	Describir el Customer Journey Map	Elaborar Mapa de experiencia del cliente.	
Planes preventivos, correctivos y predictivos centrado en la fiabilidad.	Identificar los planes preventivos, correctivos y predictivos centrado en la fiabilidad.	Establecer el Plan de mantenimiento.	
Orden de trabajo.	Describir la Orden de trabajo.	Implementar Orden de trabajo.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje		
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

		Aula	X
Estudio de caso Lectura asistida Discusión de grupo	Pintarrón, audiovisuales, cañón, computadora, internet, impresos.	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden los elementos los elementos de un plan de mantenimiento y atención al cliente.	Elaborar un reporte de práctica que contenga los siguientes puntos: 1. Reportes en CRM. 2. Reportes de diagnósticos. 3. Mapa de experiencia del cliente. 4. Plan de mantenimiento. 5. Orden de trabajo.	Estudio de casos Lista de verificación

Unidad de Aprendizaje	II. Procesos administrativos, comerciales y operativos.					
Propósito esperado	El estudiante desarrollará los procesos administrativos, comerciales y operativos que integran el plan de servicios de la posventa.					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales	30

Temas	Saber	Saber Hacer	Ser y Convivir
	Dimensión Conceptual	Dimensión Actuacional	Dimensión Socioafectiva

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Siete áreas de servicio postventa automotriz	Identificar las áreas correspondientes Citas Recepción. Evaluación diagnóstica. Soporte Técnico. Refacciones. Lavado y estética. Controles finales.	Establecer el procedimiento de las 7 áreas con formatos físicos o digitales.	El alumno deberá tener la capacidad de organizar con ética, proactividad y análisis, para gestionar las técnicas óptimas del proceso de las 7 áreas.
Procesamiento Digital del Servicio Postventa.	Identificar los elementos del procesamiento digital del servicio postventa: 1.Datos generales del cliente y la unidad. 2.Tipo de servicio. 3.Cotización. 4. Levantamiento de orden de servicio. 5.Facturación, retroalimentación y autorización.	Estructura una propuesta de cotización de servicios realizar. Mano de obra y refacciones.	
Prueba de camino y por proceso de marca.	Identificar la cultura organizacional, clima laboral. Políticas del procedimiento de la organización.	Elaborar un reporte de prueba.	
Programa de tiempo y movimiento en la operación.	Identificar las técnicas de calidad, just in time, six sigma, la queja es un regalo, flor lock lock, Pareto, kaizen.	Elaborar un reporte de tiempos y movimientos de la operación con base las técnicas pertinentes.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Estudio de casos Lectura asistida Discusión de grupo	Pintarrón, audiovisuales, cañón, computadora, internet, impresos.	Laboratorio / Taller	X
		Empresa	X

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes Identifican las siete áreas del Servicio Posventa Automotriz.</p> <p>Los estudiantes comprenden el Procesamiento Digital del Servicio Posventa.</p> <p>Los estudiantes desarrollan prueba de camino por proceso de marca.</p> <p>Los estudiantes diseñan un programa de tiempos y movimientos en la operación.</p>	<p>Con los temas a desarrollar el estudiante elaborara un reporte en el que contenga:</p> <p>a) 7 áreas de servicio postventa automotriz.</p> <p>b) Procesamiento Digital del Servicio Postventa.</p> <p>c) Prueba de camino por proceso de marca.</p> <p>d) Programa de tiempo y movimiento en la operación.</p>	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de verificación</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Unidad de Aprendizaje	III. Análisis de indicadores en el Servicios Posventa				
Propósito esperado	El estudiante integrará los indicadores en el servicio posventa para optimizará los objetivos empresariales.				
Tiempo Asignado	Horas del Saber	12	Horas del Saber Hacer	18	Horas Totales 30

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Indicadores y métodos del Desempeño	Definir método desempeño Puntuación Neta del Asesor Comercial, (NPS)	Elaborar un reporte de Puntuación Neta del Asesor Comercial, (NPS).	El alumno deberá tener la capacidad de organizar con ética, proactividad y análisis, para gestionar los Indicadores y métodos para medir la Satisfacción al Cliente.
Indicadores y métodos de Satisfacción al Cliente	Definir método de satisfacción al cliente: Escala de Satisfacción del Cliente (CSAT)	Elaborar un Reporte de Escala de Satisfacción del Cliente (CSAT)	
	<ul style="list-style-type: none"> Índice del Nivel del Esfuerzo del Cliente (CES) 	Elaborar un Reporte de Índice del Nivel del Esfuerzo del Cliente (CES)	
Indicadores y métodos de la Imagen de Marca	Describir el Indicador de Lealtad a la Marca	Elaborar un Reporte de Indicador de Lealtad a la Marca.	

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	x
Estudio de caso	Pintarrón, audiovisuales, cañón, computadora, internet, impresos.	Laboratorio / Taller	
Lectura asistida		Empresa	
Discusión de grupo			

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes definen métodos e indicadores para medir la satisfacción al cliente.</p> <p>Los estudiantes desarrollan programas que contengan métodos de satisfacción al cliente</p>	<p>Elaborar un reporte de práctica que contenga los siguientes puntos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Carátula 2.Introducción 3.Inicio 4.Desarrollo 5.Cierre 6.Conclusión <p>Con los temas a desarrollar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Puntuación Neta del Asesor Comercial, (NPS) . 	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de verificación</p>

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Escala de Satisfacción del Cliente (CSAT) . ○ Índice del Nivel del Esfuerzo del Cliente (CES). Indicador de Lealtad a la Marca . 	
--	---	--

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional
Licenciatura/Maestría/Doctorado Administración Mercadotecnia Ingeniería Industrial Psicología	Cursos Diplomados Certificaciones Seminarios Congresos	Educativa- organizacional.

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Ornelas,M.	2020	Administración de Centros de Servicio Automovilístico.	Ciudad de México	Trilla	978-607-17-2516-5
Goodman, J.	2022	Atención Estratégica de Cliente	Ciudad de México	Pluma Digital ediciones	978-607-17-2519-6

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo
Revista Digital Alianza Automotriz	2020	Alianza Automotriz	https://alianzaautomotriz.com/category/revista-digital/_wRWF
Bioxnet	2023	Tipos de Servicio Posventa	https://youtu.be/ufPW8xa2ODw?si=sK1YqsPtY6G9db9y
Honda Perú	2023	Conoce la nueva era de la experiencia posventa	https://youtu.be/ufPW8xa2ODw?si=sK1YqsPtY6G9db9y

ELABORÓ:	DGUTYP	REVISÓ:	DGUTYP	F-DA-01-PA-LIC-33.3
APROBÓ:		VIGENTE A PARTIR DE:		