

PROGRAMA EDUCATIVO:
LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y MERCADOTECNIA
EN COMPETENCIAS PROFESIONALES

PROGRAMA DE ASIGNATURA: **SERVICIO POSVENTA I**

CLAVE: T-SP1-2

Propósito de aprendizaje de la Asignatura		El estudiante propondrá procesos de servicio automotriz, haciendo uso de modelos de calidad para generar una fidelización al cliente.			
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 por semana	Horas Totales
Específica	4	4.69	Escolarizada	4	75

Unidades de Aprendizaje	Horas del Saber	Horas del Saber Hacer	Horas Totales
	1.- Mercadotecnia de Servicios	10	15
2.- Proceso del Servicio	10	15	25
3.- Calidad en el servicio al cliente	10	15	25
Totales	30	45	75

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

Funciones	Capacidades	Criterios de Desempeño
<p>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.</p>	<p>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 a los métodos de intervención para mantener usuarios.</p>	<p>Elabora un reporte que contenga:</p> <p>Datos del cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. Mercadotecnia de Servicios					
Propósito esperado	El estudiante diseñará modelos de servicios para el manejo de bienes intangibles					
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Introducción al Servicio	Describir el concepto de servicio y su relevancia en el sector automotriz. Describir las características de los servicios: -Intangibilidad -Inseparabilidad -Heterogeneidad -Percibibilidad -Propiedad		El alumno desarrollará habilidades para una comunicación asertiva, con ética proactividad y análisis en el proceso del servicio al cliente.
Modelo de Servicios	Describir el modelo de consumo de servicios: -Etapa previa a la compra -Etapa del encuentro -Etapa posterior al encuentro	Desarrollar modelos de servicio	
Mezcla de Marketing de servicios.	Identificar los elementos de la mezcla de marketing de servicios: -Producto -Lugar y tiempo -Precio y otros costos -Promoción y Educación	Presentar Propuestas de Mezcla de Marketing de Servicios.	

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

	-Proceso -Entorno físico -Personal -Productividad y Calidad		
--	--	--	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipo Colaborativos Análisis de Casos Trabajos de Investigación	Pizarrón Proyector Laptop Revistas Videos Internet	Laboratorio / Taller	
		Empresa	

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
Los estudiantes comprenden el concepto de servicio y su importancia en el sector automotriz. Los estudiantes identifican las características de los servicios.	A partir de un caso de servicio en el sector automotriz, elaborar una propuesta de mercadotecnia de servicio que contenga: -Descripción de las características del servicio -Modelo de servicio y su justificación -Mezcla de Marketing de Servicio -Conclusiones	Estudio de casos Rúbricas

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

Unidad de Aprendizaje	II. Proceso del Servicio				
Propósito esperado	El estudiante distinguirá los elementos del proceso de servicio para ofrecer una atención de calidad al cliente.				
Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales 25

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Administración del proceso de servicio	<p>Describir las etapas del proceso de servicio al cliente:</p> <p>Previa a la compra</p> <p>Encuentro de los servicios</p> <p>Posterior al encuentro</p>	<p>Presentar propuestas de adquisición de servicios.</p>	<p>El estudiante deberá de tener la capacidad de organizar con ética, proactividad y análisis para gestionar el proceso de servicio al cliente.</p>
Etapa Previa a la compra	<p>Identificar los elementos de la etapa previa a la compra de un servicio automotriz:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Conciencia de una necesidad -Búsqueda de Información -Evaluación de Alternativas -Toma de decisión de la compra de servicio. 	<p>Detectar necesidades de servicio automotriz en los clientes.</p>	

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

Etapa Encuentro de los Servicios	Identificar los elementos de la etapa encuentro de los servicios: -Solicitud del Servicio -Entrega del Servicio	Presentar propuestas de adquisición de servicios.	
Etapa Posterior al Encuentro	-Identificar los elementos de la etapa posterior al encuentro: -Evaluación del desempeño del servicio -Intenciones futuras de compra	Medir el desempeño de servicios Determinar intenciones futuras de compra.	

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipo Colaborativos	Pizarrón	Laboratorio / Taller	
Análisis de Casos	Proyector	Empresa	
Trabajos de Investigación	Laptop		
	Revistas		
	Videos		
	Internet		

Proceso de Evaluación

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

Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación
<p>Los estudiantes identifican las etapas del proceso de servicio al cliente.</p> <p>Los estudiantes distinguen los elementos de la etapa previa a la compra.</p> <p>Los estudiantes distinguen los elementos de la etapa encuentro.</p> <p>Los estudiantes distinguen los elementos de la etapa posterior al encuentro.</p>	<p>A partir de un caso de servicio a cliente, elaborar un reporte que contenga:</p> <p>Detección de necesidades del servicio automotriz en los clientes.</p> <p>Propuesta de adquisición de servicios y su justificación.</p> <p>Medición del desempeño de servicios.</p> <p>Intenciones futuras de compra</p> <p>Conclusiones y recomendaciones.</p>	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbricas</p>

Unidad de Aprendizaje	III. Calidad en el Servicio al Cliente
Propósito esperado	El estudiante evaluará la calidad en el servicio al cliente para lograr su fidelización.

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

Tiempo Asignado	Horas del Saber	10	Horas del Saber Hacer	15	Horas Totales	25
------------------------	------------------------	----	------------------------------	----	----------------------	----

Temas	Saber Dimensión Conceptual	Saber Hacer Dimensión Actuacional	Ser y Convivir Dimensión Socioafectiva
Modelo de Brechas	<p>Describir el concepto de servicio al cliente.</p> <p>Explicar la importancia del servicio al cliente en el sector automotriz.</p> <p>Describir el Modelo de Brechas del Servicio y su objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expectativas del servicio - Percepción del servicio - Entrega del Servicio - Diseño y Estándares del Servicio orientados al cliente - Percepción de la compañía sobre las expectativas del cliente. 	<p>Evaluar la Calidad en el servicio al cliente aplicando el modelo de brechas.</p>	<p>El estudiante deberá de tener la capacidad de organizar con ética, proactividad y análisis para gestionar el modelo de brechas.</p>
Modelo Servqual	<p>Describir el modelo Servqual y su objetivo:</p> <p>Dimensiones del Servicio</p> <p>Servicio Esperado</p> <p>La calidad percibida en el servicio</p>	<p>Evaluar la calidad en el servicio al cliente aplicando el modelo Servqual</p>	

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

Círculo de Calidad	Identificar el concepto de la cultura de la calidad. Etapas del Círculo de la Calidad: Planificar Hacer Verificar Actuar	Valorar la fidelización del cliente implementando el modelo del círculo de la calidad	
--------------------	---	---	--

Proceso Enseñanza-Aprendizaje			
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos	Espacio Formativo	
		Aula	X
Equipo Colaborativos	Pizarrón	Laboratorio / Taller	X
Análisis de Casos	Proyector	Empresa	X
Trabajos de Investigación	Laptop		
	Revistas		
	Videos		
	Internet		

Proceso de Evaluación		
Resultado de Aprendizaje	Evidencia de Aprendizaje	Instrumentos de evaluación

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

<p>Los estudiantes Reconocer el concepto de servicio al cliente.</p> <p>Los estudiantes comprenden la importancia de servicio al cliente en el sector automotriz.</p> <p>Los estudiantes identifican los modelos de calidad en el servicio al cliente.</p> <p>Los estudiantes comprenden el modelo de círculo de calidad.</p>	<p>A partir de un caso de servicio al cliente, elaborar un reporte que contenga:</p> <p>-Modelos de Calidad en el servicio empleado y su justificación.</p> <p>-Propuesta de círculo de calidad.</p> <p>Conclusiones y recomendaciones</p>	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbricas</p>
---	--	---

Perfil idóneo del docente		
Formación académica	Formación Pedagógica	Experiencia Profesional

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

Licenciatura/Maestría/Doctorado	Cursos	Educativa- organizacional.
Ingeniería Industrial	Diplomados	
En Mercadotecnia	Certificaciones	
Administración	Seminarios	
Psicología	Congresos	

Referencias bibliográficas					
Autor	Año	Título del documento	Lugar de publicación	Editorial	ISBN
Gutiérrez, P. A.	2020	Calidad y Productividad	Ciudad de México	McGraw Hill	978-607-15-1457-8
Prieto, J.	2019	Gerencia del Servicio	Bogotá	ECOE Ediciones	978-958-771-082-3
Kinni, T.	2022	Disney y el arte del servicio a cliente	Ciudad de México	Panorama	978-607-8756-97-1
Gutiérrez, P. A.	2020	Calidad y Productividad	Ciudad de México	McGraw Hill	978-607-15-1457-8
Kinni, T.	2022	Disney y el arte del servicio a cliente	Ciudad de México	Panorama	978-607-8756-97-1

Referencias digitales			
Autor	Fecha de recuperación	Título del documento	Vínculo

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

Tuesta, M.	2019	Como atraer clientes	https://www.youtube.com/watch?v=uyGqwN06QPQ
------------	------	----------------------	---

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