

IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Unidad académica: Facultad de Contaduría, Administración e Informática, Escuela de Estudios Superiores de Jojutla y Escuela de Estudios Superiores de Atlatlahucan.							
Plan de estudios: Licenciatura en Administración.							
Unidad de aprendizaje: Tendencias de Mercadotecnia y Calidad en el Servicio (Optativa de Profundización).				Ciclo de formación: Especializado. Eje general de formación: Teórico-técnica. Área de profundización: Mercadotecnia. Semestre: Octavo.			
Elaborada por: Dr. Javier Neri Uribe				Fecha de elaboración: octubre 2021.			
Clave:	Horas teóricas:	Horas prácticas:	Horas totales:	Créditos:	Tipo de unidad de aprendizaje:	Carácter de la unidad de aprendizaje:	Modalidad:
OP47CE030208	3	2	5	8	Optativa	Teórico-Práctica	Presencial
Plan (es) de estudio en los que se imparte: Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría, Administración e Informática, la Escuela de Estudios Superiores de Jojutla y la Escuela de Estudios Superiores de Atlatlahucan.							

ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Presentación: La presente unidad de aprendizaje contribuye al perfil del estudiantado al actualizarlo en cuanto a las tendencias principales de la mercadotecnia, ya que las organizaciones precisan conocer y desarrollar estrategias mercadológicas que favorezcan el adecuado ofrecimiento, prestación y, sobre todo, la calidad en los servicios, los cuales representan un porcentaje relevante en los gastos de las personas y entidades, además de constituir una porción del PIB y las transacciones en las naciones modernas.
Propósito: Conozca, identifique, y valore, las características de la mercadotecnia de servicios y las nuevas tendencias en la disciplina, mediante la aplicación de estrategias enfocadas a la calidad y la mejora continua de los servicios ofrecidos, para que las organizaciones sean eficaces, coherentes e innovadoras con respecto a la importancia y valor del cliente en dichos procesos, con una actitud consciente, respetuosa y creativa.
Competencias que contribuyen al perfil de egreso.
Competencias genéricas:
CG4. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis

CG12. Habilidad para el trabajo en forma colaborativa
CG14. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
CG33. Compromiso ético

Competencias específicas:

CE7. Diseña, implementa y evalúa procesos de comercialización a través del análisis de técnicas y modelos de mercado para que se identifiquen a los tipos de clientes y/o demandantes de servicios que interactúan con la organización.

CE8. Identifica y evalúa la viabilidad de oportunidades de negocios, productos y/o prestación de servicios mediante modelos de análisis para su aprovechamiento.

CE9. Analiza, diseña e implementa modelos y procesos de negocio a través del uso de herramientas empresariales para orientarlos hacia la competitividad.

CONTENIDOS

Bloques:	Temas:
Bloque 1. Fundamentos de la mercadotecnia de servicios.	1.1 Definiciones de mercadotecnia de servicios 1.2 Características de los servicios y clasificación 1.3 8 "P" de la mezcla de mercadotecnia de servicios 1.4 Las expectativas y percepciones del servicio
Bloque 2. Proceso del servicio en la mercadotecnia.	2.1 Modelos SERVQual y SERVPerf 2.2 Medición de calidad del servicio y satisfacción del cliente 2.2.1 Con herramientas cualitativas 2.2.2 Con herramientas cuantitativas 2.3 Estrategias de comunicación en los servicios 2.4 Capacitación de los colaboradores en los servicios
Bloque 3. Estrategias en los puntos de venta o de entrega del servicio.	3.1 Merchandising visual, del gusto, sensorial, olfativo y auditivo 3.2 Valuación del ciclo de vida del cliente 3.3 Estrategias para aumentar los ingresos por cliente 3.4 Uso de tecnología para gestión del punto de venta 3.5 Servicio postventa: Características y estrategias 3.6 El CRM en las organizaciones de servicios
Bloque 4. Tendencias actuales en Mercadotecnia.	4.1 Marketing de contenido 4.2 Storytelling 4.3 Microsegmentación y personalización 4.4 Mercadotecnia verde 4.5 Mercadotecnia para la diversidad sexual 4.6 Neuromarketing 4.7 Toma de decisiones basadas en Big Data

--	--

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Estrategias de aprendizaje sugeridas (Marque X)			
Aprendizaje basado en problemas	(x)	Nemotecnia	()
Estudios de caso	(x)	Análisis de textos	(x)
Trabajo colaborativo	(x)	Seminarios	(x)
Plenaria	()	Debate	(x)
Ensayo	()	Taller	()
Mapas conceptuales	(x)	Ponencia científica	()
Diseño de proyectos	(x)	Elaboración de síntesis	()
Mapa mental	(x)	Monografía	()
Práctica reflexiva	()	Reporte de lectura	(x)
Trípticos	()	Exposición oral	(x)
Otros			
Estrategias de enseñanza sugeridas (Marque X)			
Presentación oral (conferencia o exposición) por parte del docente	(x)	Experimentación (prácticas)	()
Debate o Panel	(x)	Trabajos de investigación documental	(x)
Lectura comentada	(x)	Anteproyectos de investigación	()
Seminario de investigación	()	Discusión guiada	(x)
Estudio de Casos	(x)	Organizadores gráficos (Diagramas, etc.)	(x)
Foro	()	Actividad focal	()
Demostraciones	(x)	Analogías	()
Ejercicios prácticos (series de problemas)	(x)	Método de proyectos	(x)
Interacción la realidad (a través de videos, fotografías, dibujos y software especialmente diseñado).	()	Actividades generadoras de información previa	()
Organizadores previos	()	Exploración de la web	(x)
Archivo	()	Portafolio de evidencias	()

Ambiente virtual (foros, chat, correos, ligas a otros sitios web, otros)	(x)	Enunciado de objetivo o intenciones	()
Otra, especifique (lluvia de ideas, mesa redonda, textos programados, cine, teatro, juego de roles, experiencia estructurada, diario reflexivo, entre otras): Exámenes de conocimientos			

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Criterios	Porcentaje
Elaboración de actividades en clase y tareas	20%
Estudio de casos	20%
Proyectos de evaluación de calidad en el servicio	20%
Exámenes de conocimientos	30%
Exposición oral, individual o en equipo	10%
Total	100 %

PERFIL DEL PROFESORADO

Licenciatura, Maestría o Doctorado en Administración, Mercadotecnia o en áreas afines como Publicidad, Economía y Relaciones Públicas; preferentemente posea experiencia docente o laboral en organizaciones públicas o privadas.

REFERENCIAS

Básicas:

Arasu, R. (2020). *Marketing de servicios: Un manual sobre la comercialización de servicios*. Scienza Scripts.

Cisneros, E.A. (2017). *Neuromarketing y neuroeconomía*. Ecoe Ediciones

Complementarias:

Aragón, B. B. R., Reyes, M. A. C., & Flores, R. M. (2017). Emprendimiento e innovación como detonadores de negocios competitivos en el mercado de servicios. *Mercados y Negocios* (36), 21-44. Recuperado de <http://revistascientificas.udg.mx/index.php/MYN/article/view/6757>

Corea Cortez, L. M., Hernández, G., y Jolieth, S. (2017). *Mercadeo: Marketing de Servicios*. Disertación Doctoral, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua). Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/3693/>

Ferrel, O.C. & Hartline, M.D. (2018). *Estrategia de marketing* (6ª ed.). Cengage Learning.

Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Dirección de Marketing* (15ª ed.). Pearson Educación.

Web:

García, S. C., García, D. A., & Blanco, T. P. (2017). Prácticas, competencias y tendencias de la comunicación publicitaria digital: una visión desde la perspectiva de los anunciantes españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1648-1669. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6235576>

Leefmans, C. G., y Rogel, R. M. N. (2016). Mercadotecnia digital y las pequeñas y medianas empresas: revisión de la literatura. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 13(1), 45-61. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/ervlet/articulo?codigo=5546672>

Martínez, E. (2016). La mezcla de la mercadotecnia: las 4 Ps. Recuperado de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/educ/28/Lamezclademercadotecnialas4P.pdf>

Otras:

Revista Empresarial y Laboral. Disponible en <https://revistaempresarial.com/tag/servicio-al-cliente/>

Revista Entrepreneur. Disponible en <https://www.entrepreneur.com/es>

Revista Neo. Disponible en <https://www.revistaneo.com/>

Revista Merca 2.0. Disponible en <https://www.merca20.com/>