



Subsistema de **Universidades
Politécnicas**

Manual de Asignatura

AES-OP
REV00

Thumbnail of a syllabus form titled "FORMA TÉCNICA (Regulativa)". The form includes fields for "Nombre", "Código", "Carrera", "Ciclo", "Código", "Código", and "Código". It also contains a table with columns for "Módulo de aprendizaje" and "Código de aprendizaje". Below the table, there is a section for "Estrategia de trabajo" and "Estrategia de trabajo".

Thumbnail of a detailed syllabus table. The table has multiple columns and rows, likely representing a course schedule or content outline. The table is partially obscured by a white paper effect.

**Licenciatura en Administración y Gestión de
Pequeñas y Medianas Empresas**

**ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DE SERVICIO**



Directorio

Lic. Emilio Chuayffet Chemor
Secretario de Educación

Dr. Fernando Serrano Migallón
Subsecretario de Educación Superior

Mtro. Héctor Arreola Soria
Coordinador General de Universidades Tecnológicas y Politécnicas

Dr. Gustavo Flores Fernández
Coordinador de Universidades Politécnicas.



PÁGINA LEGAL

Participantes

Dr. Héctor Diez Rodríguez- Universidad Politécnica de Región Ribereña (UPRR)

M.C.A. Yolanda Marisol Peña Botello - Universidad Politécnica de Región Ribereña (UPRR)

Primera Edición: 2013

DR © 2013 Coordinación de Universidades Politécnicas.

Número de registro:

México, D.F.

ISBN-----



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
PROGRAMA DE ESTUDIOS.....	6
FICHA TÉCNICA.....	7
INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	10
GLOSARIO.....	24
BIBLIOGRAFÍA.....	28

INTRODUCCIÓN:

La elevación del nivel de vida y la concentración en grandes organismos de prestaciones que anteriormente se realizaban de forma individual, como por ejemplo las que hace tiempo desempeñaban individualmente el médico y el maestro y hoy se desarrollan en grandes centros de salud o de enseñanza, han dado un gigantesco impulso a las empresas de servicios.

En la actualidad y en nuestro país, los servicios suponen más del 48 % de las actividades empresariales, porcentaje que tiende a incrementarse, así como el de los puestos de trabajo creados últimamente en este tipo de actividades. La tendencia al incremento de estos porcentajes la señala el hecho de que en E.E.U.U. ya se encuentran en el 75%.

El campo de las empresas de servicios es tan amplio que abarca actividades tales como los bancos, la hostelería, la ingeniería, el comercio y su distribución, los servicios públicos, los transportes y los anteriormente citados de sanidad y enseñanza.

La comunicación y estandarización han conseguido que los productos equivalentes sean iguales o similares, por lo que el campo de batalla de la competencia se centra muchas veces en el servicio. El servicio representa así un arma estratégica formidable, mediante la que una empresa puede conseguir una ventaja diferencial en el mercado.

Tradicionalmente se ha considerado que la filosofía y las técnicas de calidad eran aplicables solamente a las empresas industriales. Ello es debido a una cierta deformación profesional que tiene su origen en que la calidad, desde el punto de vista científico, se empezó a desarrollar como Control estadístico del proceso en industrias de producción en serie. Pero desde siempre han existido empresas de servicios que se han diferenciado de la competencia por una mejor política de servicio y ello les ha llevado a conseguir una posición de liderazgo en el mercado.



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

FICHA TÉCNICA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS

Nombre:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIOS
Clave:	
Justificación:	Esta asignatura es importante ya que permite al alumno aplicar diferentes técnicas financiero-administrativas que contribuyan al mejoramiento de las organizaciones ayudando a su permanencia en la región.
Objetivo:	El alumno será capaz de aplicar técnicas administrativas específicamente al sector servicio, que predomina en la región, con base en la realidad organizacional.
Habilidades:	<ol style="list-style-type: none">1) Recopilar información interna y externa.2) Capacidad de síntesis, análisis e interpretación de datos.3) Gestionar de proyectos.4) Tomar decisiones.5) Trabajar en equipo.6) Habilidades técnicas:<ol style="list-style-type: none">a) Proceso administrativo.b) Administrar recursos humanos:<ul style="list-style-type: none">- Planear recursos humanos.- Analizar de puestos.- Reclutamiento.- Selección.- Inducción.- Capacitación.- Diseño de puesto.- Evaluación de desempeño.- Remuneraciones.- Desarrollo de personal.c) Aspectos legales basados en diferentes legislaciones:<ul style="list-style-type: none">- Ley Federal del trabajo.- Ley del Seguro Social.- Otras legislaciones acordes vigentes.d) Idioma inglés certificado.7) Habilidades humanas:<ol style="list-style-type: none">a) Interactuar efectivamente con las personas.

	<p>8) Habilidades conceptuales:</p> <p>a) Formular ideas.</p> <p>b) Desarrollar nuevos conceptos.</p> <p>c) Resolución creativa de problemas.</p> <p>9) Habilidades de expresión oral y escrita.</p> <p>10) Manejo de estrés y trabajo bajo presión.</p> <p>11) Pro actividad y dinamismo.</p> <p>12) Uso de herramientas ofimáticas.</p>
Competencias genéricas a desarrollar:	Capacidad para análisis y síntesis; para aprender; para resolver problemas; para aplicar los conocimientos en la práctica; para adaptarse a nuevas situaciones; para cuidar la calidad; para gestionar la información; y para trabajar en forma autónoma y en equipo.

Capacidades a desarrollar en la asignatura	Competencias a las que contribuye la asignatura
<ul style="list-style-type: none"> - Programar revisiones al sistema de producción del servicio a través de la calendarización de actividades para asegurar el comportamiento productivo de la organización. - Identificar las actividades de la organización utilizando instrumentos y técnicas para identificar aquellas que son clave para la organización. - Documentar las actividades clave de la organización los formatos determinados por la organización para su correcta integración - Identificar áreas de oportunidad en los departamentos y procesos de la organización a través de técnicas y herramientas administrativas para implementar modelos de mejora. - Definir modelos de mejora en la organización considerando el Sistema de Gestión de la Calidad para la mejora continua. 	<ul style="list-style-type: none"> - Planear modelos del proceso productivo de la organización a través de un estudio de los insumos, la productividad, los costos y otras actividades relacionadas, para optimizar los recursos. - Diseñar planes y procedimientos con un enfoque de calidad a través de técnicas y herramientas administrativas para alcanzar los objetivos de la organización. - Evaluar Planes y procedimientos con un enfoque de calidad a través de mecanismos de medición y seguimiento para asegurar el correcto cumplimiento de los mismos - Supervisar los departamentos y procesos de la organización a través del análisis integral con un enfoque de calidad para implementar modelos de mejora.

	Unidades de aprendizaje	HORAS TEORÍA		HORAS PRÁCTICA	
		presencial	No presencial	presencial	No presencial
Estimación de tiempo (horas) necesario para transmitir el aprendizaje al alumno, por Unidad de Aprendizaje	1. Enfoque de las empresas de servicios.	10	0	6	3
	2. Calidad en las empresas de servicio	10	0	5	4
	3. Competitividad organizacional en las empresas de servicios	10	0	7	4
	4. La administración en las empresas de servicios	15	0	12	4
Total de horas por cuatrimestre:	90				
Total de horas por semana:	6				
Créditos:	5				



Instrumentos de Evaluación



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA CUESTIONARIO TIPO

UNIDAD 1

Nombre del alumno :

Matrícula :

Fecha :

Nombre de la asignatura :

Cuatrimestre:

Nombre del evaluador :

INSTRUCCIONES: lee con atención y contesta lo que se te pide.

1. ¿Qué es un servicio?
2. ¿Cuál es la naturaleza de los servicios y cuáles son las causas de su desarrollo?
3. ¿Qué características tiene una empresa de servicios?
4. ¿Qué sectores de mercado puede abarcar?
5. ¿Qué relevancia tiene la actividad empresarial dentro de las empresas de servicio?
6. Menciona 5 empresas que estén dentro del sector de servicios dentro de tu región
7. ¿Cuáles son los diferentes enfoques de la empresa de servicios?
8. ¿Cuál es la clasificación de las empresas de servicios? Explica.
9. ¿Puede una empresa de servicios combinar productos? ¿Por qué?
10. Un restaurante ¿ofrece un producto o un servicio?, ¿y porque?



LISTA DE COTEJO
REPORTE DE INVESTIGACIÓN SOBRE LA CLASIFICACIÓN DE SERVICIOS
EMPRESARIALES
Unidad 1 – EP1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del (los) alumno(s):		Matrícula:	Firma(s) del (los) alumno(s):
Nombre de Proyecto:	Nombre del Caso de Práctico:		Fecha:
Asignatura:			Periodo cuatrimestral:
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados “SI” cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” coloque indicaciones que puedan ayudar al alumno a conocer cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Elabora el reporte de investigación con base en los puntos especificados (es decir, con base en la estructura planteada).			
50%	Resultados. Cumplió totalmente con el objetivo esperado de la clasificación de las empresas de servicio, brindando la información pertinente para cada aspecto solicitado.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones y tiempo acordado.			
100%	CALIFICACIÓN:			

**GUIA DE OBSERVACIÓN
EXPOSICIÓN DE ALGUNAS CARACTERÍSTICAS Y PRINCIPIOS DE
SERVICIOS.
UNIDAD 1 - ED1**

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
Nombre(s) del alumno (s)		Matricula:		Firma del alumno:
Nombre del Manual:			Fecha:	
Asignatura:			Periodo Cuatrimestral:	
Nombre del Profesor:			Firma del Profesor:	
INSTRUCCIONES				
<p>Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario. Para realizar esta actividad el profesor deberá proporcionar a los alumnos los datos una situación que debe resolver de conformidad con lo establecido por la normatividad fiscal.</p>				
Valor del Reactivo	Características a cumplir (reactivo)	Cumple		Observaciones
		Si	No	
5%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
5%	Esquema de diapositiva: Colores y tamaño de letra apropiada. Sin saturar las diapositivas de texto.			
20%	Contenido: Menciona todas las características de las empresas de servicio de manera correcta.			
10%	Menciona los principios aplicables a los Servicios			
5%	Presentación: Cero errores ortográficos en la diapositiva. Utiliza imágenes y gráficas.			
10%	Exposición: Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total.			
10%	Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	Coordinación de los integrantes del equipo.			
5%	Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
5%	Claridad para resolver dudas del auditorio.			
10%	Expresión oral en la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad. Cero errores de dicción y muletillas			
10%	Presentación personal: Vestimenta formal.			
100%	CALIFICACIÓN:			



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA CUESTIONARIO TIPO

UNIDAD 2

Nombre del alumno :

Matrícula :

Fecha :

Nombre de la asignatura :

Cuatrimestre:

Nombre del evaluador :

INSTRUCCIONES: lee con atención y contesta lo que se te pide.

1. ¿Qué normas de calidad aplica para una empresa de servicio?
2. En relación a tu respuesta anterior, explica a ¿qué se refiere cada norma?
3. Conceptualiza Auditoria Interna de Calidad.
4. ¿Qué requisitos son básicos para cumplir con las normas de calidad aplicadas a una empresa de servicio?
5. Menciona los elementos de mejora continua en programas de calidad.
6. Que ISO no tiene carácter de certificable y por esta razón no ha sido adoptada por las empresas de servicios para desarrollar sus sistemas de calidad.
7. ¿Cuáles son los objetivos de la calidad en las empresas de servicio?
8. ¿Cuáles son los indicadores de calidad?
9. ¿Qué condiciones debe cumplir para alcanzar un objetivo establecido?
10. ¿Cómo se realiza el análisis de riesgos y control de puntos críticos?



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

LISTA DE COTEJO
REPORTE DE INVESTIGACIÓN NORMA ISO 9001, 9002, 9003 Y 9004 Y
SU AFECTACIÓN EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.
Unidad 2 – EP1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del (los) alumno(s):	Matrícula:	Firma(s) del (los) alumno(s):
Nombre de Proyecto:	Nombre del Caso de Práctico:	Fecha:
Asignatura:	Periodo cuatrimestral:	
Nombre del Docente:	Firma del Docente:	

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados “SI” cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” coloque indicaciones que puedan ayudar al alumno a conocer cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Elabora el reporte de investigación con base en los puntos especificados (es decir, con base en la estructura planteada).			
50%	Resultados. Cumplió totalmente con el objetivo esperado de la afectación e intervención de las Normas de Calidad ISO en empresas de servicio, brindando la información pertinente para cada aspecto solicitado.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones y tiempo acordado.			
100%	CALIFICACIÓN:			



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

**GUIA DE OBSERVACIÓN
EXPOSICIÓN SOBRE ELEMENTOS DE MEJORA CONTINUA EN
PROGRAMAS DE CALIDAD.
UNIDAD 2 - ED1**

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del alumno (s)	Matricula:	Firma del alumno:
Nombre del Manual:		Fecha:
Asignatura:		Periodo Cuatrimestral:
Nombre del Profesor:		Firma del Profesor:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario. Para realizar esta actividad el profesor deberá proporcionar a los alumnos los datos una situación que debe resolver de conformidad con lo establecido por la normatividad fiscal.

Valor del Reactivo	Características a cumplir (reactivo)	Cumple		Observaciones
		Si	No	
5%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
5%	Esquema de diapositiva: Colores y tamaño de letra apropiada. Sin saturar las diapositivas de texto.			
30%	Contenido: Menciona todos los elementos de mejora continua en programas de calidad.			
5%	Presentación: Cero errores ortográficos en la diapositiva. Utiliza imágenes y gráficas.			
10%	Exposición: Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total.			
10%	Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	Coordinación de los integrantes del equipo.			
5%	Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
5%	Claridad para resolver dudas del auditorio.			
10%	Expresión oral en la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad. Cero errores de dicción y muletillas			
10%	Presentación personal: Vestimenta formal.			
100%		CALIFICACIÓN:		



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA CUESTIONARIO TIPO

UNIDAD 3

Nombre del alumno :

Matrícula :

Fecha :

Nombre de la asignatura :

Cuatrimestre:

Nombre del evaluador :

INSTRUCCIONES: lee con atención y contesta lo que se te pide.

1. ¿Qué significan las siglas CRM?
2. ¿Qué significa competencia?
3. ¿Qué significa mejora continua?
4. ¿Qué características se maneja en la gestión de relación con los clientes?
5. ¿Cuál es la metodología del CRM?
6. ¿Cuál es el futuro de esta popular tendencia del mercado?
7. ¿Cuáles son los elementos convenientes para la competitividad organizacional en las empresas de servicios?
8. Explica cada elemento enfocado a la competitividad organizacional, antes mencionados.
9. ¿Qué beneficios tiene aplicar la herramienta CRM como modelo para administrar las relaciones con clientes de servicio?
10. ¿Qué estrategias propones de mejora continua para la competencia empresarial de servicios?



LISTA DE COTEJO
REPORTE DE INVESTIGACIÓN, SOBRE LA APLICACIÓN OPERATIVA DEL
CRM, EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS.
Unidad 3 – EP1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del (los) alumno(s):		Matrícula:	Firma(s) del (los) alumno(s):
Nombre de Proyecto:	Nombre del Caso de Práctico:		Fecha:
Asignatura:			Periodo cuatrimestral:
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados “SI” cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque “NO”. En la columna “OBSERVACIONES” coloque indicaciones que puedan ayudar al alumno a conocer cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Elabora el reporte de investigación con base en los puntos especificados (es decir, con base en la estructura planteada).			
50%	Resultados. Cumplió totalmente con el objetivo esperado de la aplicación operativa de la gestión de la relación con los clientes en empresas de servicio, brindando la información pertinente para cada aspecto solicitado.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones y tiempo acordado.			
100%	CALIFICACIÓN:			

GUIA DE OBSERVACIÓN
EXPOSICIÓN DE ELEMENTOS DE COMPETITIVIDAD ORGANIZACIONAL
VINCULADOS A LA CALIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIOS.
UNIDAD 3 - ED1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
Nombre(s) del alumno (s)	Matricula:	Firma del alumno:		
Nombre del Manual:			Fecha:	
Asignatura:			Periodo Cuatrimestral:	
Nombre del Profesor:			Firma del Profesor:	
INSTRUCCIONES				
<p>Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario. Para realizar esta actividad el profesor deberá proporcionar a los alumnos los datos una situación que debe resolver de conformidad con lo establecido por la normatividad fiscal.</p>				
Valor del Reactivo	Características a cumplir (reactivo)	Cumple		Observaciones
		Si	No	
5%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
5%	Esquema de diapositiva: Colores y tamaño de letra apropiada. Sin saturar las diapositivas de texto.			
30%	Contenido: Menciona todas los elementos competitividad organizacional vinculados a la calidad en empresas de servicios.			
5%	Presentación: Cero errores ortográficos en la diapositiva. Utiliza imágenes y gráficas.			
10%	Exposición: Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total.			
10%	Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	Coordinación de los integrantes del equipo.			
5%	Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
5%	Claridad para resolver dudas del auditorio.			
10%	Expresión oral en la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad. Cero errores de dicción y muletillas			
10%	Presentación personal: Vestimenta formal.			
100%	CALIFICACIÓN:			



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA CUESTIONARIO TIPO

UNIDAD 4

Nombre del alumno :	Matrícula :
---------------------	-------------

Fecha :

Nombre de la asignatura :

Cuatrimestre:

Nombre del evaluador :

INSTRUCCIONES: lee con atención y contesta lo que se te pide.

1. ¿Que significa Administración de empresas?
2. ¿Cómo se aplica la Administración a empresas de servicio?
3. ¿Qué diferencia existe entre una empresa productiva y una de servicios?
4. ¿Qué mejoras se le puede aplicar a una empresa de servicios?
5. Menciona como aplicar la administración en una empresa de servicios.



Subsistema de
Universidades
Politécnicas

LISTA DE COTEJO
REPORTE MICRO PROGRAMA PARA LA CALIDAD EN LA ADMINISTRACIÓN
DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES.
Unidad 4 - EP1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del (los) alumno(s):	Matrícula:	Firma(s) del (los) alumno(s):
Nombre de Proyecto:	Nombre del Caso de Práctico:	Fecha:
Asignatura:	Periodo cuatrimestral:	
Nombre del Docente:	Firma del Docente:	

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" coloque indicaciones que puedan ayudar al alumno a conocer cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Elabora el reporte de investigación con base en los puntos especificados (es decir, con base en la estructura planteada).			
50%	Resultados. Cumplió totalmente con el objetivo esperado del programa de calidad en relación a la administración y la relación con los clientes, brindando la información pertinente para cada aspecto solicitado.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones y tiempo acordado.			
100%	CALIFICACIÓN:			



Subsistema de
**Universidades
Politécnicas**

LISTA DE COTEJO
ENSAYO "LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO"
Unidad 4 - EP2

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:

DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

Nombre(s) del (los) alumno(s):		Matrícula:	Firma(s) del (los) alumno(s):
Nombre de Proyecto:	Nombre del Caso de Práctico:		Fecha:
Asignatura:			Periodo cuatrimestral:
Nombre del Docente:			Firma del Docente:

INSTRUCCIONES

Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" coloque indicaciones que puedan ayudar al alumno a conocer cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario.

Valor del reactivo	Característica a cumplir (Reactivo)	CUMPLE		OBSERVACIONES
		SI	NO	
5%	Presentación. El trabajo cumple con los requisitos como: a. orden y limpieza			
5%	b. Sin faltas ortográficas			
30%	Desarrollo. Elabora el reporte de investigación con base en los puntos especificados (es decir, con base en la estructura planteada).			
50%	Resultados. brindo la información pertinente para cada aspecto solicitado.			
10%	Responsabilidad. Entregó el reporte en las condiciones y tiempo acordado.			
100%	CALIFICACIÓN:			

GUIA DE OBSERVACIÓN
EXPOSICIÓN DESARROLLO DEL PROGRAMA PARA LA CALIDAD EN LA
ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES CON LOS CLIENTES.
UNIDAD 4 - ED1

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE:				
DATOS GENERALES DEL PROCESO DE EVALUACIÓN				
Nombre(s) del alumno (s)	Matricula:	Firma del alumno:		
Nombre del Manual:			Fecha:	
Asignatura:			Periodo Cuatrimestral:	
Nombre del Profesor:			Firma del Profesor:	
INSTRUCCIONES				
<p>Revisar las actividades que se solicitan y marque en los apartados "SI" cuando la evidencia se cumple; en caso contrario marque "NO". En la columna "OBSERVACIONES" indicaciones que puedan ayudar al alumno a saber cuáles son las condiciones no cumplidas, si fuese necesario. Para realizar esta actividad el profesor deberá proporcionar a los alumnos los datos una situación que debe resolver de conformidad con lo establecido por la normatividad fiscal.</p>				
Valor del Reactivo	Características a cumplir (reactivo)	Cumple		Observaciones
		Si	No	
5%	Puntualidad para iniciar y concluir la exposición.			
5%	Esquema de diapositiva: Colores y tamaño de letra apropiada. Sin saturar las diapositivas de texto.			
30%	Contenido: Menciona todas los elementos y puntos que comprenden el programa de calidad en la administración de las relaciones con los clientes.			
5%	Presentación: Cero errores ortográficos en la diapositiva. Utiliza imágenes y gráficas.			
10%	Exposición: Utiliza las diapositivas como apoyo, no lectura total.			
10%	Desarrollo del tema fundamentado y con una secuencia estructurada.			
5%	Coordinación de los integrantes del equipo.			
5%	Expresión no verbal (gestos, miradas y lenguaje corporal).			
5%	Claridad para resolver dudas del auditorio.			
10%	Expresión oral en la exposición. Dominio del tema. Habla con seguridad. Cero errores de dicción y muletillas			
10%	Presentación personal: Vestimenta formal.			
100%	CALIFICACIÓN:			

GLOSARIO:

ACTITUD: está formada por cualidades voluntarias del individuo, mediante las cuales puede modificar, matizar o resaltar sus rasgos de carácter, adecuando su conducta y modelos de comportamiento al mejor desempeño de sus funciones de trabajo.

ACTITUD POSITIVA:

Puede definirse como la disposición o el ánimo con el que enfrentamos una situación. Al hablar de una actitud positiva, entendemos que vamos a afrontar lo que venga de la forma más beneficiosa para nosotros. La actitud está condicionada por los pensamientos. Luego, una actitud positiva ante la vida o ante una circunstancia puntual nacerá a partir de pensamientos positivos.

ACTIVIDAD EMPRESARIAL:

Es el conjunto de acciones que realizan los empresarios organizando el trabajo personal y/o el capital, por cuenta propia, con la finalidad de crear o distribuir bienes o servicios destinados a sus consumidores y usuarios, ya sean estos finales o no.

AMABILIDAD:

Es el acto o el estado de comportamiento caritativo a otras personas y seres.

CALIDAD:

Es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades.

CLIENTE:

Es la persona o empresa receptora de un bien, servicio, producto o idea, a cambio de dinero u otro artículo de valor.

COMUNICACIÓN: Se optimizarán las habilidades del personal de servicios en lo que respecta su capacidad de comunicación y se posibilitará su participación y su cooperación en la resolución de los problemas mediante reuniones y sistemas adecuados y modernos de información.

COMUNICACIÓN POSITIVA:

Es aquella mediante la cual cada persona expresa lo que piensa, siente y desea de modo claro y directo, sin afectar o dañar a los demás. Implica la expresión libre y la defensa de los derechos personales, pero teniendo en cuenta los sentimientos, necesidades, deseos y derechos de los demás.

CRM ESTRATÉGICO: La implantación de herramientas CRM debe estar alineado con la estrategia corporativa y estar en consonancia de las necesidades tácticas y operativas de la misma. El proceso correcto es que CRM sea la respuesta a los requerimientos de la estrategia en cuanto a la relaciones con los clientes y nunca, que se implante sin que sea demasiado coherente con ella.

CRM EN PERSONAS: La implantación de la tecnología no es suficiente. Al final, los resultados llegarán con el correcto uso que hagan de ella las personas. Se ha de gestionar el cambio en la cultura de la organización buscando el total enfoque al cliente por parte de todos sus integrantes. En este campo, la tecnología es totalmente secundaria y elementos como la cultura, la formación y la comunicación interna son las herramientas clave.

CRM EN PROCESOS: Es necesaria la redefinición de los procesos para optimizar las relaciones con los clientes, consiguiendo procesos más eficientes y eficaces. Al final, cualquier implantación de tecnología redundará en los procesos de negocio, haciéndolos más rentables y flexibles.

CRM TECNOLÓGICO: También es importante destacar hay soluciones CRM al alcance de organizaciones de todos los tamaños y sectores aunque claramente la solución necesaria en cada caso será diferente en función de sus necesidades y recursos.

CRM (Customer Relationship Management): en su traducción literal, se entiende como la Gestión sobre la Relación con los clientes, pero es tan genérico como toda frase en inglés traducida al español. Pero para su mejor comprensión básicamente se refiere a una estrategia de negocios centrada en el cliente.

DESEMPEÑO: Concepto integrador del conjunto de comportamientos y resultados obtenidos por un colaborador en un determinado período.

EMPRESA:

Es una organización, institución o industria, dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones

ENCUESTA:

Es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario pre diseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS:

Es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas.

MEJORA CONTINUA:

Es una actitud general que debe ser la base para asegurar la estabilización del proceso y la posibilidad de mejora. Cuando hay crecimiento y desarrollo en una organización o comunidad, es necesaria la identificación de todos los procesos y el análisis mensurable de cada paso llevado a cabo. Algunas de las herramientas utilizadas incluyen las acciones correctivas, preventivas y el análisis de la satisfacción en los miembros o clientes. Se trata de la forma más efectiva de mejora de la calidad y la eficiencia en las organizaciones. En el caso de empresas, los sistemas de gestión de calidad, normas ISO y sistemas de evaluación ambiental, se utilizan para conseguir calidad total.

MERCADO:

Es el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

MOTIVACION:

A fin de motivar a la totalidad del personal para que mejore el comportamiento y rendimiento de cada uno en lo que respecta a la calidad del servicio, la dirección deberá seleccionar al personal según los perfiles del trabajo, proporcionar ambiente y relaciones de trabajo excelentes y estables, aprovechar el potencial de las personas aumentando su compromiso, estimulando su contribución y reconociendo los logros obtenidos. Igualmente se planificarán acciones para mantener al día las habilidades de los empleados, se evaluarán periódicamente los factores de motivación y se implantarán planes de carrera y desarrollo del personal.

NORMA ISO 9001:

Sistemas de la calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en el diseño/desarrollo, la producción, la instalación y el servicio postventa" es aplicable cuando la conformidad con los requisitos especificados ha de ser asegurada por el suministrador durante varias fases que pueden incluir el diseño, la producción, la instalación y el servicio postventa.

NORMA ISO 9004-2 :

Denominada "Gestión de calidad y elementos del sistema de la calidad. Parte 2: Guía para los servicios" tiene por objeto animar a las organizaciones y a las empresas a gestionar los aspectos de la calidad en sus actividades de servicios de una forma más eficaz.

POLITICA DE CALIDAD:

Es un breve documento de una extensión no mayor a una hoja que integra el Manual de calidad y que resume y establece la misión y la visión de una organización orientadas a las expectativas de sus clientes y al compromiso con sus objetivos de Calidad.

PRODUCTO:

Es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo. El producto es uno de los componentes estructurales de la mezcla de mercadotecnia.

SERVICIO:

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados)

SERVICIO AL CLIENTE:

Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción.

SISTEMA DE CALIDAD:

Es una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y gerenciales, para guiar las acciones de la fuerza de trabajo, la maquinaria o equipos, y la información de la organización de manera práctica y coordinada y que asegure la satisfacción del cliente y bajos costos para la calidad

BIBLIOGRAFÍA

TÍTULO: MARKETING DE SERVICIOS
AUTOR: CHRISTOPHER H. LOVELOCK
AÑO: 2009
EDITORIAL O REFERENCIA: PEARSON EDUCACIÓN DE MÉXICO SA DE CV
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MÉXICO 2009
ISBN O REGISTRO: 9789702615156

TÍTULO: ¡WOW! DEJE AL CLIENTE BOQUIABIERTO CON UN SERVICIO FUERA DE SERIE
AUTOR: JOHN BUSH
AÑO: 2009
EDITORIAL O REFERENCIA: GRUPO NELSON
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: ESTADOS UNIDOS DE AMERICA 2009
ISBN O REGISTRO: 9781602552371

TÍTULO: ADMINISTRACION DE SERVICIOS: ESTRATEGIAS PARA LA CREACION DE VALOR EN EL NUEVO PARADIGMA DE LOS NEGOCIOS
AUTOR: CHISTOPHER H. LOVELOCK
AÑO: 2011
EDITORIAL O REFERENCIA: PEARSON
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN: MÉXICO 2011
ISBN O REGISTRO: 9786073205566

REFERENCIA Soy Entrepreneur disponible en www.soyentrepreneur.com
Entrepreneur, Revista mensual

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

TÍTULO:	COMO SER EL MEJOR EN SERVICIO AL CLIENTE: PASOS PARA LOGRAR LA INDEPENDENCIA FINANCIERA
AUTOR:	JOHN TSCHOHL
AÑO:	2009
EDITORIAL O REFERENCIA:	PAX MÉXICO
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN	MÉXICO 2009
ISBN O REGISTRO:	9786077723011
TÍTULO:	CALIDAD EN EL SERVICIO
AUTOR:	CLAUDIA HERNANDEZ CASTILLO
AÑO:	2010
EDITORIAL O REFERENCIA:	TRILLAS
LUGAR Y AÑO DE LA EDICIÓN	MÉXICO 2010
ISBN O REGISTRO:	9786071702661