



# Guía para el profesor

Calidad en el servicio

LSHT1824

Profesional

## Índice

Información general del curso .....	3
Competencia del curso .....	3
Metodología.....	3
Evaluación .....	5
Bibliografía y recursos especiales .....	6
Contenido del curso (temas).....	6
Uso de rúbricas .....	10
Tips importantes .....	10

## Información general del curso

- Profesional
- Plan académico 2018
- Modalidades
  - Clave banner: LSHT1824.
  - Modalidad: presencial, online.
  - Técnica didáctica: aula invertida.

## Competencia del curso

Proponer la forma de mejorar un servicio, identificando su importancia en las organizaciones y considerando diversos aspectos.

## Metodología

### Características del curso

- El curso se imparte con la técnica didáctica de **Aula Invertida**.
- Tiene una competencia y tres evidencias (una para cada módulo).
- Está conformado por tres módulos distribuidos en 15 temas que integran su contenido.
- Se desarrollan actividades dentro del aula (individuales o en equipo) y actividades previas que tiene que realizar el alumno para acudir preparado a clase (con excepción de la primera sesión).
- Se aplican exámenes rápidos y exámenes parciales, así como una evaluación final.

### Estructura del curso

Módulo 1		
Tema	Actividad	Actividad Previa
1	1	1 (tema 2)
2	2	2 (tema 3)
3	3	3 (tema 4)
4	4	4 (tema 5)
5	5	5 (tema 6)
Evidencia módulo 1		

Módulo 2		
Tema	Actividad	Actividad Previa
6	6	6 (tema 7)
7	7	7 (tema 8)
8	8	8 (tema 9)
9	9	9 (tema 10)
10	10	10 (tema 11)
Evidencia módulo 2		

Módulo 3		
Tema	Actividad	Actividad Previa
11	11	11 (tema 12)
12	12	12 (tema 13)
13	13	13 (tema 14)
14	14	14 (tema 15)
15	15	
Evidencia módulo 3		

### Modelo didáctico

El modelo educativo de la Universidad Tecmilenio, cuya visión es "Formar personas positivas con propósito de vida y las competencias para alcanzarlo", está enfocado en el desarrollo de competencias que distingan a sus alumnos y los capaciten para actuar ante diversos contextos, previstos o impredecibles, dado que vivimos en constante cambio, empoderándolos para ser auto aprendices y para aprender a aprender. Todo esto para su florecimiento humano, tomando en cuenta los elementos del Ecosistema de Bienestar y Felicidad de la Universidad.

Nuestra meta más importante en el aula es lograr un aprendizaje centrado en el alumno, por lo cual, el modelo que seguimos para el diseño e impartición de cursos es también **constructivista**, al presentar un cambio en los roles:

- **Los alumnos** obtienen las bases para hacer una interpretación de la realidad y construir su propio conocimiento, al aprender haciendo (no solamente viendo, escuchando y leyendo).
- **Los profesores**, al ser expertos en su disciplina y trabajar en la industria, aportan su experiencia laboral para guiar a los alumnos y construir ambientes de aprendizaje en contextos reales que los motiven a aprender, enriqueciendo así, su experiencia de aprendizaje.

Con esta visión constructivista se ha incorporado la técnica didáctica de Aula Invertida para apoyar el aprendizaje activo. En seguida se explica la modalidad de este curso:

#### Modalidad: Aula Invertida con ciclo semanal

Los alumnos, comprometiéndose con su aprendizaje, realizan actividades previas o requerimientos **antes de la clase** para introducirlos a los conceptos que aplicarán en el aula. Cabe aclarar que, con el objetivo de incentivar y evaluar lo realizado previamente, los profesores deben desarrollar y aplicar comprobaciones de que efectivamente se llevó a cabo. De esta manera, cuando los alumnos acudan al aula estarán más preparados para aclarar dudas, explorar, practicar, comprender la experiencia de sus profesores y ser guiados por ellos en la realización de actividades que buscan crear valiosas experiencias y oportunidades para el aprendizaje personal, al involucrar, estimular y retar a los alumnos en el descubrimiento de respuestas.

A continuación, se detallan las fases de esta modalidad:



### Cómo impartir el curso

El profesor debe revisar a fondo las actividades antes de que las realicen los alumnos y conocer todos los aspectos teóricos involucrados (capítulos de libros de texto o de apoyo y recursos) para brindar una respuesta o ayuda oportuna a los estudiantes dentro del modelo constructivista. Asimismo, debe indicar a los alumnos la información que requieren estudiar y buscar en Internet para que puedan llevarla a las sesiones de clase, en caso de que se requiera.

A partir del tema 1, los alumnos se prepararán antes de la clase estudiando los temas a tratar incluyendo sus recursos, además, en algunas ocasiones, tendrán que realizar algún ejercicio como parte de la actividad previa o del apartado de requerimientos.

El profesor debe desarrollar y aplicar comprobaciones de lo que los alumnos debieron realizar previamente y luego iniciar su clase con una breve explicación de la actividad y una visión general de los conceptos más importantes en los que los alumnos deben enfocar su atención. Considerando esta explicación, los alumnos inician su trabajo y el profesor monitorea su avance (no al frente del grupo, sino caminando entre las mesas y en ocasiones sentándose al lado de los alumnos para observar su trabajo), tratando de no interrumpir los procesos de aprendizaje, pero guiando la actividad para que los alumnos se enfoquen en lo que están haciendo.

Es muy importante que el profesor transmita a los alumnos sus experiencias relacionadas con los temas y aclare dudas.

Los **exámenes parciales se desarrollarán por el profesor impartidor** (considerando el contenido del curso), y pueden ser teóricos o prácticos.

### Evaluación

Elemento	Evaluables	Puntos
<b>Módulo 1</b>		
1	Promedio de actividades/tareas/ejercicios del M1	10
2	Promedio de exámenes rápidos de M1	2.5
3	Evidencia 1	10
4	Examen parcial 1	10

Módulo 2		
5	Promedio de actividades/tareas/ejercicios del M2	10
6	Promedio de exámenes rápidos de M2	2.5
7	Evidencia 2	10
8	Examen parcial 2	10
Módulo 3		
9	Promedio de actividades/tareas/ejercicios del M3	10
10	Evidencia 3	10
11	Evaluación final	15
	<b>Total</b>	<b>100</b>

## Bibliografía y recursos especiales

### Libro de texto

- Lovelock, C., Reynoso, J., y D'Andrea, G. (2018). *Administración de servicios: estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios* (3ª ed.). México: Pearson.  
ISBN: 9786073256223

### Libro de apoyo

- Zeithaml, V., Bitner, M., y Gremler, D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7ª ed.). Nueva York: McGraw-Hill.  
ISBN: 9780078112102

## Contenido del curso (temas)

### Curso: Calidad en el servicio

#### Tema 1. Introducción a los servicios

- En este tema se aborda el papel de los servicios en la economía y la sociedad. También se describe de forma introductoria qué son los servicios y cómo han cambiado.
- Este primer tema es un acercamiento inicial al mundo de los servicios. Es ideal sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de los servicios en la economía actual. Se recomienda una discusión respecto a cómo han evolucionado las soluciones y patrones de consumo a lo largo del tiempo.
- La actividad 1 se enfoca en el servicio de Apple Fitness+. Se eligió este servicio ya que tiene impacto en la economía, sociedad y muestra el cambio en los servicios por el desarrollo tecnológico y la globalización. Sin embargo, puede cambiarse por otro servicio que considere más adecuado para la clase.
- La actividad 1 es una participación en un foro, para conocer cómo configurar un foro revise el siguiente tutorial: Dirección de Producción de Contenidos. (2019, 26 de junio). *Video 22. ¿Cómo genero un foro de discusión?* [Archivo de video]. Recuperado de [https://youtu.be/N\\_eDOLzwqil](https://youtu.be/N_eDOLzwqil)

## **Tema 2. Características y diferenciación**

1. En este tema se exploran las características de los servicios, los tipos de servicios, y la orientación de servicio en los negocios. La orientación al servicio aborda la lógica de servicio que se retomará en temas posteriores.
2. Es importante que en la actividad 2 piensen en servicios que sean distintos entre sí para que sea más interesante.
3. Se sugiere que la entrega de la actividad 2 sea un documento, sin embargo, se puede utilizar cualquier formato que se ajuste mejor al estilo de la clase.
4. Se sugiere el uso de herramientas lúdicas para los exámenes rápidos. Puedes consultar los tutoriales de las herramientas más comunes para esto a continuación:
  - Quizizz.com: ProfeSergioCM. (2020, 2 de abril). *Tutorial Quizizz para docentes súper fácil [Videos actualizados 2021 en la descripción]*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=yqOqugi5oKQ>
  - Kahoot.com: Fernando Muro. (2020, 23 de marzo). *Cómo Usar Kahoot | TUTORIAL En español 2022* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=hxqcOOihtkA>

## **Tema 3. Visión estratégica y liderazgo**

1. El tema 3 aborda la visión estratégica, la incorporación de la lógica de servicio como estrategia de negocio y la creación de una empresa líder.
2. En este tema es muy importante que los estudiantes comprendan bien el papel de operaciones, marketing, y recursos humanos en la proveeduría de servicios, ya que se utilizarán estos conceptos en temas posteriores.
3. La actividad 3 tiene el objetivo de formar una rutina analítica en los estudiantes para que detecten áreas de oportunidad en los servicios constantemente.
4. La actividad 3 puede ser en equipo si las características del grupo así lo permiten.

## **Tema 4. El rol del cliente**

1. En este tema se analiza al servicio como proceso, los retos de la administración de servicios, y el papel de los clientes y el servicio.
2. Es vital que los estudiantes comprendan los diferentes tipos o grupos desde el punto de vista operativo (servicios dirigidos al cuerpo de las personas, a las posesiones físicas, a la mente de las personas y a activos intangibles), ya que se retomarán en temas posteriores.
3. Respecto a los retos de los servicios, es importante sensibilizar a los estudiantes respecto a lo cambiante que es el mundo de los servicios para fomentar una cultura de mejora continua.
4. En la actividad 4 se pretende que los estudiantes sean muy analíticos respecto a la forma en la que se entrega el servicio y piensen en alternativas distintas que pudieran funcionar para cada uno de estos.

## **Tema 5. Las relaciones con el cliente**

1. El tema 5 es el último del módulo. En este se revisa cómo elegir a los clientes y el valor de las relaciones.
2. En este tema es importante que los estudiantes sepan segmentar correctamente, ya que es la base para el siguiente módulo.
3. Respecto al marketing de relaciones, se pueden utilizar conceptos adicionales como el embudo de marketing o el ciclo del cliente.
4. En la actividad 5 se busca que los estudiantes practiquen la segmentación y la orientación al cliente en la prestación de servicios.

## **Tema 6. Creación y posicionamiento en el mercado**

1. En el tema 6 se abordan conceptos como la creación y desarrollo de servicios, el posicionamiento y la creación de marcas.

2. En el libro de texto en el capítulo 6 se muestra un ejemplo de un mapeo de un restaurante que puede ser de utilidad para clarificar este concepto.
3. Para ejemplificar el posicionamiento, puede utilizarse el recurso de Sordo, A. (2021). *Mapa de posicionamiento de productos: qué es y cómo hacerlo*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/mapa-posicionamiento> y discutirse en clase.
4. La actividad 6 se enfoca en Airbnb, pero puede elegirse cualquier otro proveedor de servicios de hospedaje. Es importante que los estudiantes realicen la investigación marcada en la actividad previa tema al 7, ya que esto les permitirá realizar la actividad 7 sin problemas.

### **Tema 7. El valor del servicio y las estrategias de precios**

1. En el tema 7 se habla sobre el valor del servicio, las estrategias de precios, y la implementación de una estrategia de precios.
2. Es fundamental que los estudiantes comprendan cuáles son los aspectos que influyen en la percepción de valor del cliente.
3. Los estudiantes tienen conocimientos sobre distintas estrategias de precios que aprendieron en la materia de Mercadotecnia, sin embargo, en este tema se hace énfasis en cómo se aplica a los servicios y el impacto que tiene en la utilidad.
4. Se sugiere el uso de Canva para la educación para el poster de la actividad 4. También es importante recordarles a los estudiantes que es necesario hacer la investigación marcada en la actividad previa al tema 8 para que realicen la actividad 8 sin contratiempos.

### **Tema 8. Comunicación y promoción**

1. El tema 8 abarca la comunicación en los servicios, la estrategia de comunicación, la mezcla de las comunicaciones y el uso de Internet.
2. En este tema es importante que los estudiantes enlacen la segmentación con la estrategia de comunicación. También es importante que comprendan el concepto de la rueda de la fortuna de los clientes, el cual se abordará en temas posteriores.
3. Respecto a la mezcla de comunicaciones y el uso de internet, se sugiere que los estudiantes den ejemplos de plataformas, aplicaciones y sitios web que son útiles para cada una de las partes de la mezcla.
4. En la actividad 8 aplicarán los conceptos del tema 8 en la apertura de un museo nuevo. Este servicio es disruptivo, por lo que se espera que los estudiantes sean igual de disruptivos en su estrategia. Es importante que los estudiantes realicen la actividad previa al tema 9 para que puedan realizar la actividad 9 sin contratiempos.

### **Tema 9. La experiencia del servicio**

1. En el tema 9 se aborda la entrega de los servicios y las formas de prestación del servicio.
2. Es fundamental que los estudiantes comprendan la diferencia, beneficios, y desventajas que tiene cada una de las formas de entrega del servicio y los elementos que las conforman.
3. Este tema está ligado también a la segmentación, los conceptos de valor y posicionamiento.
4. En la actividad 9 se busca que los estudiantes sean críticos en su análisis y detecten áreas de oportunidad relevantes. Se espera que los estudiantes comprendan a profundidad los servicios que están analizando para que sugieran estrategias de mejora innovadoras.

### **Tema 10. Demanda en empresas de servicios**

1. El tema 10 se enfoca en la demanda, su administración y almacenamiento.
2. Los alumnos han estudiado el concepto de oferta y demanda en otros cursos, por lo que el enfoque de este tema es en los servicios.
3. Un ejemplo muy común que puede utilizarse para sensibilizar a los estudiantes es Uber y sus precios dinámicos.

4. Para la actividad 10, los estudiantes pueden elegir un restaurante que tenga este tipo de problemas o crear uno ficticio y proponer las estrategias para la administración de la demanda. Es necesario que los estudiantes realicen la investigación de la actividad previa al tema 11 para que puedan hacer la actividad 11 sin contratiempos.

### **Tema 11. Innovación y tecnología en empresas de servicios**

1. El tema 11 habla sobre la innovación en los servicios y el uso de la tecnología.
2. El enfoque del tema es en cómo la innovación y la tecnología aplicadas a los servicios amplifican la entrega de valor al cliente y pueden representar una ventaja competitiva relevante.
3. Se recomienda que los estudiantes revisen el video sobre la innovación de los servicios y las tendencias que se proporcionan en los recursos del tema.
4. En la actividad 11 se sugiere que los estudiantes sean muy críticos en su análisis para que puedan identificar los valores que ha proporcionado la tecnología a los diferentes prestadores de servicios. Es necesario que los estudiantes revisen el artículo de la actividad previa al tema 12 para que puedan realizar la actividad 12 con mayor facilidad.

### **Tema 12. El papel del talento humano en empresas de servicios**

1. El tema 12 abarca conceptos de recursos humanos en empresas de servicios, la administración de puestos de trabajo y el *empowerment* o empoderamiento de los colaboradores.
2. En este tema es muy importante que los estudiantes comprendan claramente a qué se refieren cada uno de los ciclos y cómo crear ciclos de éxito en los servicios.
3. Respecto a la administración de puestos de trabajo y el *empowerment*, se pueden utilizar ejemplos de compañías que son punta de lanza como Google. Puede usarse como referencia el siguiente artículo: StudyCorgi. (2020). *Google Company Strategic Human Resources Management*. Recuperado de <https://studycorgi.com/google-company-strategic-human-resources-management/>
4. En la actividad 12 pondrán en práctica lo aprendido en el tema y analizarán cómo es la administración del talento humano de un hotel.

### **Tema 13. Incremento de valor**

1. El tema 13 se enfoca en la calidad y productividad. Aborda las deficiencias de la calidad en el servicio, cómo prevenirlas y solucionar problemas.
2. Es necesario que los estudiantes comprendan la diferencia entre calidad y productividad. Los estudiantes ya han practicado a lo largo del curso la identificación y mejora de áreas de oportunidad en el servicio, en este tema el énfasis es en el valor.
3. En el tema se muestran las metodologías básicas para la detección y solución de áreas de oportunidad, sin embargo, existen muchas otras herramientas que se pueden abordar si se considera pertinente.
4. La actividad 13 plantea un caso en el que varias cosas salieron mal y busca detonar la reflexión por parte del estudiante respecto a cómo identificar áreas de oportunidad y solucionarlas de forma que aporten valor al cliente. Es necesario que los estudiantes realicen la lectura de los artículos de la actividad previa al tema 14 para que puedan realizar la actividad 14 sin dificultad.

### **Tema 14. Servicio de alto rendimiento**

1. El tema 14 habla sobre el impacto de la productividad en la calidad de los servicios, la productividad enfocada al cliente y los instrumentos para medir la calidad en el servicio.
2. Los estudiantes ya comprendieron la diferencia entre calidad, productividad y su impacto en la entrega de valor al cliente. En este tema se hace énfasis en la solución de problemas y las diferentes herramientas de información que las empresas tienen disponibles para detectar áreas de oportunidad.
3. Se recomienda que los estudiantes revisen los artículos y videos proporcionados en los recursos del tema para que al momento de realizar la actividad 14 tengan más herramientas.

4. La actividad 14 se enfoca en la innovación de un servicio enfocado a resolver áreas de oportunidad. Para la realización del video pueden utilizar herramientas como Loom para la educación. Puedes ver cómo tener acceso en este [tutorial](#).

### Tema 15. Quejas y recuperación del servicio

1. El tema 15 abarca las quejas de los clientes, cómo llevar a cabo la recuperación del servicio y el uso de garantías en el servicio.
2. Este último tema se enfoca en cómo fomentar la participación del cliente y colaboradores para la mejora continua.
3. Los estudiantes ya cuentan con herramientas para la detección de áreas de oportunidad y han generado múltiples estrategias para la mejora del servicio. En este tema el objetivo es que pongan en práctica todo lo aprendido en una situación que les ha ocurrido.
4. La actividad 15 puede ser en equipo si se considera adecuado para el grupo. Se solicita un escrito, pero si los estudiantes consideran que otro formato les funciona mejor, pueden realizar videos, infografías o presentaciones.

### Uso de rúbricas

Las evidencias tienen asignadas una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique. Esto es muy importante para nuestro modelo de competencias, ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos. Las rúbricas se encuentran en cada evidencia e incluyen los criterios a evaluar.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en cada evidencia, ya que se les estará auditando constantemente su realización efectiva.

Video disponible para calificar con rúbricas.

- ¿Cómo busco una rúbrica?: <https://youtu.be/QgDKeZv9tAI>
- ¿Cómo califico con una rúbrica?: <https://youtu.be/mAblsLAgIp4>

### Tips importantes

- **Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas**
  - Tutorial digital para profesores: <https://bit.ly/2SbMaNK>
  - Tutorial digital para alumnos: <https://bit.ly/35IBnPg>
- **¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?**

Lo puedes reportar a la cuenta [atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx](mailto:atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx), pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

- **¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?**

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

- **¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?**

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

- **¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?**

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.