

**Tema 1-2**

**Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):**

- En la actividad colaborativa se recomienda sugerir al alumno que la carta sea sobre un servicio básico o fácil de analizar, con el cual ha tenido contacto. Además, se sugiere al profesor ir monitoreando el progreso de los alumnos compartiendo ejemplos de un mal servicio y la respuesta que ha tenido la empresa.

**Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 1 y 2.
- En la actividad, se recomienda sugerir al alumno que la carta sea sobre un servicio básico o fácil de analizar, con el cual ha tenido contacto.
- Se sugiere al tutor ir monitoreando el progreso de los alumnos enviando ejemplos de un mal servicio y la respuesta que ha tenido la empresa.

**Tema 3-4**

**Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):**

- Se le recomienda al profesor que empiece a darles otro tipo de ejemplo para hacer encuestas de evaluación de calidad en el servicio, como el SERVQUAL, este tipo de encuestas les podrá ayudar a desarrollar la evidencia 1 del curso.
- Hay mucha teoría en Internet o en libros de calidad de servicios para poder ejemplificar.
- Se sugiere utilizar las siguientes referencias para explicar mejor el modelo SERVQUAL y ejemplificar en qué tipo de casos o situaciones se ha utilizado o se pueda utilizar:

Pascual, J. (s/f). *SERVQUAL, un instrumento para medir la calidad de servicios.*

Recuperado de

[http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/biblio\\_servqual.pdf&%5d](http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/biblio_servqual.pdf&%5d)

Aiteco Consultores. (2011). *Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.*

Recuperado de <http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

**Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Se le recomienda al profesor que empiece a darles otro tipo de ejemplo para hacer encuestas de valuación de calidad en el servicio, como el SERVQUAL, este tipo de encuestas les podrá ayudar a desarrollar la evidencia 1 del curso.
- Hay mucha teoría en Internet o en libros de calidad de servicios para poder ejemplificar.
- Se sugiere utilizar las siguientes referencias para explicar el modelo SERVQUAL y ejemplificar en qué tipo de casos o situaciones se ha utilizado o se puede utilizar:

Pascual, J. (s/f). *SERVQUAL, un instrumento para medir la calidad de servicios.*

Recuperado de

[http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/biblio\\_servqual.pdf&%5d](http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/biblio_servqual.pdf&%5d)

Aiteco Consultores. (2011). *Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio.*

Recuperado de: <http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 3 y 4.

## Tema 5-6

### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Se sugiere al profesor que si quiere ejemplificar mediante otras actividades sobre el análisis del mercado que pueda conllevar a un futuro posicionamiento de servicios, utilice alguna de las actividades que provee Biz/ed. La siguiente es una actividad posible para llevarse de acuerdo adentro o fuera del aula:  
<http://www.bized.co.uk/educators/16-19/business/marketing/activity/analysis.htm>
- En el siguiente sitio se pueden encontrar y utilizar algunos tipos de posicionamiento ejemplificados para poder desarrollar mejor la clase:  
[http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo\\_y\\_publicidad/marcasyposicionamiento/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/marcasyposicionamiento/default3.asp)

### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Se sugiere al tutor que si quiere ejemplificar mediante otras actividades sobre el análisis del mercado que pueda conllevar a un futuro posicionamiento de servicios, utilice alguna de las actividades que provee Biz/ed. La siguiente es una actividad posible para llevarse de acuerdo en un foro de discusión opcional para el alumno: <http://www.bized.co.uk/educators/16-19/business/marketing/activity/analysis.htm>
- Se pueden enviar por correo electrónico a los alumnos algunos de los siguientes ejemplos de posicionamiento:  
[http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo\\_y\\_publicidad/marcasyposicionamiento/default3.asp](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/marcasyposicionamiento/default3.asp)
- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 5 y 6.

## Tema 7-8

### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Revisar el siguiente E-book en donde aparecen varias sugerencias y gráficas para poder explicar que aunque para muchas empresas resulta benéfico agregar servicios complementarios, para otras el servicio puede afectar su reputación. Este libro será parte de los libros de apoyo, pero se sugiere la lectura de las páginas 19-21  
[http://books.google.com.mx/books?id=I6-SO2u0FEYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios&hl=es&sa=X&ei=UaY2UeLZJJGmqQHN-4DQCg&redir\\_esc=y](http://books.google.com.mx/books?id=I6-SO2u0FEYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios&hl=es&sa=X&ei=UaY2UeLZJJGmqQHN-4DQCg&redir_esc=y)

### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Enviar por correo o por la plataforma del curso, datos importantes de los productos que agregan servicios complementarios. Esto con el fin de que el alumno no se centre en que siempre tienen éxito dichos productos, sino que hay que desarrollar y pensar bien una estrategia para que sea exitoso.
- En el siguiente E-book (que forma parte de los libros de apoyo del módulo) se sugiere revisar la lectura de las páginas 19-21  
[http://books.google.com.mx/books?id=I6-SO2u0FEYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios&hl=es&sa=X&ei=UaY2UeLZJJGmqQHN-4DQCg&redir\\_esc=y](http://books.google.com.mx/books?id=I6-SO2u0FEYC&printsec=frontcover&dq=marketing+de+servicios&hl=es&sa=X&ei=UaY2UeLZJJGmqQHN-4DQCg&redir_esc=y)

### Tema 9-10

#### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Explicar qué es la propuesta de valor al alumno para que pueda estimar el valor percibido por el cliente. Se recomienda revisar esta pequeña ejemplificación: <http://www.youtube.com/watch?v=mvQGwphdTnc>
- Además, es necesario que se proporcionen otras herramientas para que ellos puedan realizar su actividad. El siguiente blog puede ayudarles a la definición de estrategias de precios: <http://e-learningmarketing.blogspot.mx/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>

#### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Explicar qué es la propuesta de valor al alumno para que pueda estimar el valor percibido por el cliente. Se recomienda revisar esta pequeña ejemplificación: <http://www.youtube.com/watch?v=mvQGwphdTnc>
- Además, es necesario que se proporcionen otras herramientas para que ellos puedan realizar su actividad. El siguiente blog puede ayudarles a la definición de estrategias de precios: <http://e-learningmarketing.blogspot.mx/2012/07/estrategias-de-la-determinacion-de.html>
- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 9 y 10.

### Tema 11-12

#### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- El profesor después de revisar el material del libro de Hoffman y Bateson, en las páginas 205 a 210, puede ejemplificar la forma en que se realiza un *serviespacio* para la administración efectiva de un servicio.
- Se sugiere al profesor utilizar ejemplos muy simples. El profesor puede vender a los alumnos y empezar a utilizar la imaginación describiendo una tienda, puede llevarse aerosoles con aroma para estimular los sentidos y ejemplificar cómo el estudio de los servicios es cuestión de percepciones.

#### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 11 y 12.
- El tutor después de revisar el material del libro de Hoffman y Bateson, en las páginas 205 a 210, puede ejemplificar la forma en que se realiza un *serviespacio* para la administración efectiva de un servicio.
- El tutor puede enviar respuesta ya sea por medio del correo electrónico o abrir un foro especial en donde se fomente la discusión sobre diferentes acciones en donde se puede estimular la compra de un servicio en una tienda.
- Puede ejemplificar lo que hacen algunas empresas para poder mejorar la experiencia del servicio, mediante los sentidos, audios, videos, etc., y cómo todas estas acciones ayudan a la estimulación para la compra de servicios.

### Tema 13-14

#### Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):

- Orientar al alumno con ejemplos de quejas, incluso se puede buscar la revista del consumidor para ejemplificar.
- El profesor puede realizar una simulación en donde, de forma teatral, unos alumnos jueguen el rol de clientes insatisfechos, y la forma en que los empleados (los otros alumnos) puedan solucionarlos. Es necesario que ambas partes no sepan la situación, ni lo que va a contestar el otro y que de preferencia el profesor haga guiones para ambos roles.

#### Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):

- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con los temas 13 y 14.
- Orientar al alumno con ejemplos de quejas, incluso se puede buscar la revista del consumidor para ejemplificar.

### **Tema 15**

#### **Notas de enseñanza para la modalidad presencial (profesor):**

El profesor puede buscar diferentes casos de dilemas éticos en servicios, compartirlos con los alumnos y que los empiecen a actuar, para ver como los desarrollarían.

#### **Notas de enseñanza para la modalidad en línea (tutor):**

- Se requiere crear un foro grupal para que los alumnos entreguen su actividad relacionada con el tema 15.
- El profesor tutor puede buscar diferentes casos de dilemas éticos en servicios y compartirlos a los alumnos.