

	Proceso: Formulación del Currículo y Plan de Estudios Guía de Cátedra	Código:	DOC11-FO-01
		Versión:	3
		Fecha:	23/05/2019
		Hoja:	Página 1 de 3

1. Identificación del Curso/ Módulo					
Nombre del Curso/ Módulo: GESTION DEL SERVICIO AL CLIENTE		Línea de conocimiento: ADMI		Código de materia: ADMI 26009	
Número de créditos: 2					
Facultad/ Departamento		FAC DE ESTUDIOS TECNI Y TECNOL			
Programa que Administra el curso o módulo		TECN LOGISTICA Y MERCADEO			
Niveles de Formación	Técnico Profesional		X	Especialización	
	Tecnológico Profesional			Maestría	
	Profesional			Doctorado	
Modalidad	Presencial	X	Dual		Virtual
Número de horas con acompañamiento del profesor: 2			Número de horas de trabajo independiente: 4		
Fecha de actualización de la guía: 30/03/2022					

2. Conocimientos previos requeridos para el curso
Ninguno.

3. Justificación
<p>En la actualidad donde la competencia es cada vez más agresiva y el cliente es cada vez más exigente, el servicio al cliente deja de ser un valor agregado y pasa a ser un producto más de la organización; que como producto debe cumplir con los más altos estándares de calidad y debe ser concebido como el factor diferenciador y ganador de la compañía. Para obtener los resultados que una organización desea, debe hacer una excelente planificación y tener claro su horizonte, esto significa que, para satisfacer a los clientes, se debe hacer igualmente una planificación, diseñar una estrategia y definir una estructura organizacional en pro de fidelizar y estrechar relaciones a largo plazo con los mismos, para ello, toda empresa debe preguntarse: ¿quiénes son nuestros clientes? ¿Qué esperan nuestros clientes de nosotros?, ¿que tenemos para ofrecerle a nuestros clientes?, cómo desarrollaremos nuestra cadena de servicio?, etc.</p>

4. Competencias de formación		
Id	Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
1	Comprende la importancia del servicio al cliente como estrategia diferenciadora.	1 - Reconoce la importancia de la orientación de servicio al cliente en los procesos de logística, aplicando de forma correcta las acciones de servicio. 2 - 3 -
2	Desarrolla habilidades relacionadas con la comunicación, atención al cliente y solución de conflictos.	1 - Utiliza habilidades comunicativas para solucionar problemáticas relacionadas con la atención del cliente de forma constructiva y asertiva. 2 - 3 -
3	Conoce los modelos Estratégicos Logísticos aplicados en los procesos de Servicio al Cliente	1 - Utiliza apropiadamente los modelos estratégicos de logística desde la visión de servicio al cliente. 2 - 3 -

5. Contenidos		
Id	Unidad de aprendizaje	Temáticas
1	1. Conceptos básicos	1.1. Antecedentes. 1.2. ¿Qué es el servicio al cliente? 1.3. Características del Servicio al Cliente. 1.4. El servicio al cliente y el mercadeo. 1.5. Barreras contra el buen servicio. 1.6. La cadena del servicio al cliente. 1.7. Elementos del servicio al cliente. 1.8. Que es un cliente. 1.9. Tipología de clientes. 1.10. ¿Qué es un momento de verdad? 1.11. ¿Cuáles son los momentos de verdad?
2	2. Las estrategias del servicio	2.1. Formas del servicio al cliente. 2.2. Satisfacción de las necesidades. 2.3. Campos de Acción. 2.4. Cómo medir la Satisfacción del Cliente. 2.5. Planificación y Desarrollo. 2.6. Normas de calidad del servicio. 2.7. La cadena del valor.
3	3. Comunicación y atención al cliente	3.1. El proceso de comunicación. 3.2. Habilidades Básicas de Comunicación: la Escucha Activa y la Retroalimentación. 3.3. Diagnóstico de la Capacidad de Escucha. 3.4. Barreras a la Comunicación. 3.5. Habilidades Específicas de Comunicación. 3.6. Comunicación No Verbal. 3.7. Manejo de objeciones, quejas y reclamos
4	4. Programación neurolingüística	4.1. Antecedentes. 4.2. Concepto. 4.3. Programación neurolingüística y el servicio al cliente 4.4. Consejos de PNL para ventas y atención al cliente. 4.5. Manejo clientes de acuerdo a su comportamiento.
5	5. La auditoría del servicio	5.1. ¿Qué es la auditoria del servicio? 5.2. Elementos de la auditoria del servicio. 5.3. Características de la auditoria del servicio. 5.4. Manual de auditoria del servicio y la calidad total. 5.5. Tipos de Indicadores. 5.6. Metodología de la auditoria del servicio. 5.7. Deberes y derechos del consumidor y/o cliente. 5.8. Entidades que regulan la calidad de la prestación del servicio.
6	6. El servicio al cliente en la logística y la cadena de suministros	6.1. Tiempo del ciclo del pedido. 6.2. Importancia del servicio al cliente en la logística y en la cadena de suministros. 6.3. Definición de una relación ventas – servicio. 6.4. Determinación de los niveles óptimos de servicio. 6.5. Variabilidad del servicio. 6.6. Medición del servicio.

6. Evaluación y calificación	
Actividades o tipos de actividades	Porcentaje
Participación activa en debates y construcción de conocimiento en discusiones	10
Proyecto práctico	40
Exposiciones	30
Talleres y ejercicios prácticos	20

7. Bibliografía
MARTINEZ BERMÚDEZ RIGOBERTO, Servicio al cliente interno: Todos somos clientes y todos tenemos clientes, 2015, capítulo 3-4, Ediciones de la U
GOODMAN JOHN, Atención Estratégica al Cliente, 2015, Capítulo 3,4,5, Pluma Digital

OZOMEK FERNÁNDEZ ANTÓN IVAN, Atención básica al cliente, 2015, Caítulos 1,3, 5, MF1329-1

VARGAS QUIÑONES, MARIA ELENA, Luzángela Aldana de Vega, Calidad y servicio: Conceptos y herramientas, 2014, Capítulo 1, Ecoe ediciones

PAZ COUSO, RENATA, Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente, 2005, Capitulo 1, Capitulo 2 - Numeral 2.4, Capitulo 3 - Numeral 3.8 Biblioteca Central - 658.8 / K87ma

DOMINGUEZ COLLINS, HUMBERTO, El servicio invisible: Fundamentos de un buen servicio al cliente, Capítulos 1 - 5 y 6 Biblioteca Central - 658.8 / K87ma

CHRISTOPHER, MARTIN, Logística Aspectos Estratégicos, 2007 Biblioteca Central - 658.8 / K87ma

BALLOU, RONALD H., Logística – Administración de la Cadena de Suministro, 2004 Biblioteca Central - 658.8 / K87ma

8. Observaciones