

1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	Servicio al Cliente
Carrera:	Ingeniería en Logística
Clave de la asignatura:	LOC-0928
SATCA ¹	2-2-4

2.- PRESENTACIÓN

Caracterización de la asignatura.

Esta asignatura aporta al perfil del Ingeniero en Logística la competencia de diseñar, implementar y controlar programas de servicio al cliente en diversos sectores relacionados con la cadena logística con el fin de lograr ventajas competitivas en empresas industriales y de servicios

Esta materia se enfoca en el dominio de los conceptos de ventaja competitiva, valor agregado en el servicio, benchmarking, personalización masiva y confiabilidad en el servicio. Permitiendo que el estudiante sea capaz de desarrollar planes y estrategias de servicio que se pueden ofrecer al menor costo y con la mayor utilidad para empresa en que labore

Intención didáctica.

Se organiza el temario agrupando los contenidos conceptuales de la asignatura en cinco unidades

Se pretende que al terminar el curso el estudiante identifique y sugiera los tipos de servicio más indicados al tipo de producto, sector del mercado y economía.

3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

<ul style="list-style-type: none">• Competencias específicas: Gestiona, diseña y aplica sistemas de calidad, seguridad y ambiental dentro del campo logístico orientado a lograr el desarrollo sustentable y la satisfacción del cliente.• Gestiona los procesos logísticos en el sistema de producción de bienes y servicios con orientación al servicio del cliente.	<p>Competencias genéricas:</p> <p>Competencias instrumentales</p> <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de análisis y síntesis• Capacidad de organizar y planificar• Comunicación oral y escrita• Habilidades básicas de manejo de la computadora• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas
--	---

¹ Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar construir, planear, organizar, manejar, controlar y mejorar sistemas de abastecimiento y distribución de bienes y servicios de forma sustentable. • Dirigir las actividades logísticas de carga, tráfico y seguridad interna y externa de servicios y productos de las empresas en forma eficaz y eficiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas • Toma de decisiones. <p>Competencias interpersonales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad crítica y autocrítica • Trabajo en equipo • Habilidades interpersonales <p>Competencias sistémicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica • Habilidades de investigación • Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad) • Habilidad para trabajar en forma autónoma • Búsqueda del logro
---	---

4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
Instituto Tecnológico de Cd. Juárez, del 27 al 29 de abril del 2009	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Cd. Juárez, León, Pabellón de Arteaga, Puebla, Querétaro, Cuautitlán Izcalli, Tijuana y Toluca.	Reunión de Diseño curricular de la carrera de Ingeniería en Logística del Sistema Nacional de Educación Superior Tecnológica
Instituto Tecnológico de Puebla 8 del 12 de junio del 2009	Representantes de los Institutos Tecnológicos de: Cd. Juárez, León, Pabellón de Arteaga, Puebla, Querétaro, Cuautitlán Izcalli, Tlaxco, Tehuacán, Tijuana, Toluca.	Análisis, diseño, y elaboración del programa sintético y malla reticular de la carrera de Ingeniería en Logística

5.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO (competencia específica a desarrollar en el curso).

Reconocer, analizar, sugerir y controlar el servicio al cliente como un elemento clave dentro de la cadena de suministro, resaltando su importancia estratégica en el proceso logístico.

6.- COMPETENCIAS PREVIAS

Conocer con precisión las interacciones y aportaciones de cada uno de los elementos de la cadena de valor y de la cadena logística.

Comprender y aplicar los elementos del proceso de mejora continua dentro del principio de Calidad Total.

7.- TEMARIO

Unidad	Temas	Subtemas
1	El servicio como estrategia	1.1 Visión estratégica y liderazgo del negocio de servicio 1.1.1 Conceptos de estrategia 1.1.2 Definición de ventaja competitiva 1.2 Participación del cliente en los procesos de servicio 1.2.1 Tipos de servicio al cliente 1.3 Comportamiento del cliente en encuentros de servicio 1.3.1 Expectativas del cliente antes, durante y después de la venta 1.4 Como elegir los clientes, administrar las relaciones y generar lealtad 1.4.1 Estrategias de selección de clientes Identificar los mercados que generen mayor ganancia 1.4.2 Alianzas estratégicas
2	Los servicios desde la perspectiva del cliente	2.1 Niveles de servicio por inventarios 2.2 Servicios brindados en almacén 2.3 Servicios brindados en transporte, nacional e internacional 2.4 Servicios brindados por programación 2.5 Servicios de garantía, seguros e instalación. 2.6 Servicios de financiamiento 2.7 Servicios de devoluciones 2.6 Otros
3	Administración del servicio	3.1 Identificación de las necesidades del cliente (vinculación con el área de ventas y mercadotecnia) 3.1.2 Identificación de la demanda y capacidad en el servicio 3.2 Benchmarking de empresas competidoras 3.3 Diseño del tipo de servicio

		3.3.1 Identificación de requerimientos 3.3.2 Determinación de costos 3.4 Estrategias de precios para servicios 3.5 Promoción de servicios 3.6 Posicionamiento de un servicio en el mercado
4	Operación de los servicios	4.1 Programación de servicios según pedidos 4.2 Entrega de servicio 4.2.1 Logística de aplicación de los servicios 4.3 Tipos de cobro por servicios
5	Control del sistema de servicios	5.1 Incremento del valor de los servicios mejorando su calidad y productividad 5.1.1 Utilización de pronósticos para requerimientos de servicio 5.1.2 Medición de los desperdicios en el proceso de servicio. 5.2 Administración de quejas y recuperación del servicio 5.2.1 métodos para respuesta rápida ante devoluciones y quejas 5.3 Medición de resultados del servicio al cliente 5.3.1 Gestión de la información para la medición del desempeño de la empresa en el área de servicio 5.4 Ventas, la participación de mercado, la utilidad y las reclamaciones y garantías

8.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS (desarrollo de competencias genéricas)

El profesor debe:

- Desarrollo de la habilidad para formular preguntas relevantes sobre la calidad del servicio al cliente.
- Llevar a cabo las actividades para desarrollar la habilidad de trabajar en equipo de manera colaborativa.
- Practicar las habilidades de análisis y síntesis para identificar los diferentes sistemas dentro de una o varias empresas.
- Llevar a cabo actividades que aplique los conceptos básicos de calidad en la logística de servicio al cliente.
- Mostrar flexibilidad en el seguimiento del proceso formativo y propiciar la interacción entre los estudiantes. Tomar en cuenta el conocimiento de los estudiantes como punto de partida y como obstáculo para la construcción de nuevos conocimientos.
- Propiciar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes.
- Observar y analizar fenómenos y problemáticas propias del campo ocupacional.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con las demás del plan de estudios a las que ésta da soporte para desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.
- Propiciar el desarrollo de capacidades intelectuales relacionadas con la lectura, la escritura y la expresión oral.
- Relacionar los contenidos de la asignatura con el cuidado del medio ambiente

- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la asignatura.

9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

La evaluación debe ser continua y cotidiana por lo que se debe considerar el desempeño en cada una de las actividades de aprendizaje de competencias específicas como genéricas, haciendo especial énfasis en:

De comportamiento:

Dinámica de grupos: Resolución de problemas en equipo

Métodos de toma de decisiones: criterios de interpretación

Observación: Participaciones individuales o grupales en clase

Dialogo: en forma de interrogatorio (metacognición)

De desempeño:

Investigación: En forma individual o grupal sobre los temas a desarrollar en clase,

Problemas: Trabajo en forma independiente

Reportes sobre las lecturas asignadas sobre desarrollo humano y sus repercusiones en el comportamiento social y organizacional

De producto:

AOP aprendizaje orientado a proyectos: Desarrollo de un proyecto por equipos, que pueda solucionar una problemática real. Como objetivo central.

ABP aprendizaje basado en problemas: Desarrollo de problemas de cada unidad en clase y como trabajo independiente.

Método de casos: Evaluación del estudiante de las competencias adquiridas, toma de decisiones, argumentos y justificación de los hechos, criterios para solución de conflictos.

Métodos de creatividad: Solución a situaciones bajo diferentes enfoques, sea en forma individual o por equipos.

Métodos de simulación: Utilización de software, modelos matemáticos, decisiones por personal de una organización.

Rúbricas de evaluación: Matriz de calificación para exposiciones, trabajos, proyectos, resolución de problemas, tareas.

Portafolio de evidencias: Recopilación de todas las investigaciones, evidencias de trabajos, proyectos, problemas, visitas a empresas, etc.

De conocimiento:

Pruebas objetivas de los temas vistos en clase: Prueba escrita o examen

Método de casos: solución a una situación del área logística

Análisis de situaciones: Toma de decisiones y consecuencias

Rúbricas de evaluación: Especificación de la matriz de calificación para los trabajos entregados.

10.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

Unidad 1: El servicio como estrategia

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Identificar la importancia del servicio al cliente como factor de ventaja competitiva en un sector y grupo de empresas similares.	Investigar conceptos de estrategias y ventajas competitivas Analizar empresas líderes y con distribución de clase mundial Ejemplificar los diversos tipos de clientes que consumen un mismo producto y requieren diferentes servicios

Unidad 2: Los servicios desde la perspectiva del cliente

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
<ul style="list-style-type: none">• Conocer y sugerir los diferentes tipos de servicios que pueden ser implementados en el área logística, así como sus ventajas y desventajas.	<ul style="list-style-type: none">• Realizar un reporte de visitas a empresas de diferente giro donde se identifiquen los niveles de servicio que brindan a sus clientes, así como los diversos servicios ofrecidos en cada una de sus áreas logísticas.• Exponer casos reales de ventajas competitivas logradas por empresas rivales debido a cambios en los servicios.• Realizar una propuesta de mejoramiento de servicio para diversos productos y empresas de la región que los distribuyen.

Unidad 3: Administración del servicio

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Planear servicios al cliente que mejoren el rendimiento de la empresa y logren una diferenciación.	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar una serie de servicios logísticos que se puedan ofrecer en diversas empresas buscando alianzas estratégicas, haciendo reducción de costos o basándose en la diferenciación.• Comparar la propuesta realizada con los servicios ofrecidos por empresas rivales y cuantificar los costos de inversión, asignación de precios y la promoción necesaria para la identificación por parte del

	cliente.
--	----------

Unidad 4: Operación de los servicios

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Desarrollar un plan de operación para brindar servicios al cliente, determinando su margen de ganancia.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un programa con tiempos, costos, actividades, recursos y manejo de información adecuado para una empresa específica Determinación de la capacidad de brindar el servicio en forma masiva o por sectores de mercado

Unidad 5: Control del sistema de servicios

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Cuantificar los índices de utilización de recursos para brindar servicios y determinar el valor de la estrategia de solución o mejora, así como el impacto logrado en el posicionamiento de la empresa en el mercado.	<ul style="list-style-type: none"> Identificar los puntos que generan desperdicio de recursos a la hora de brindar un servicio y su repercusión en las ganancias Realizar pruebas de confiabilidad sobre los servicios y productos que ofrece la empresa y los cambios a corto y largo plazo en el nivel del mercado.(uso de software disponible)

11.- FUENTES DE INFORMACIÓN

Huete, D' Andrea, Reynoso, Lovelock. "Administración de servicios". Edit. Pearson.
 Donald J. Bowersox "Administración y Logística en la cadena de suministros". Mc Graw Hill
Quijano Portilla Victor Manuel CALIDAD EN EL SERVICIO ...CUANDO LA ACTITUD NO ES SUFICIENTE. 2003 primera edición
Thompson Arthur "Administración Estratégica". Mc Graw Hill

12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS

- Análisis de confiabilidad en el servicio al cliente .
- Visita a empresas donde se haya aplicado Benchmarking en el área de logística.