



SÍLABO

ASIGNATURA: SERVICIO AL CLIENTE CRM

CÓDIGO: 101290

I. DATOS GENERALES

1.1. Departamento Académico	Gestión Empresarial	
1.2. Escuela Profesional	Administración Privada	
1.3. Programa de estudios	Marketing	
1.4. Plan de estudios	2019	
1.5. Ciclo de estudios	V	
1.6. Créditos	2	
1.7. Requisito	Ninguno	
1.8. Modalidad	Presencial	
1.9. Semestre académico	2023-I	
1.10. Duración	16 Semanas	
1.11. Horas semanales	1.11.1. Horas De Teoría : 2 Horas	
	1.11.2. Horas De Práctica : 2 Horas	
1.12. Horario	Martes 13.00 -14.40	Jueves 13.00 -14.40
1.13. Inicio de clases	29 de mayo del 2023	
1.14. Termino de clases	16 de septiembre del 2023	
1.15 Docente de la asignatura	Mtra. Judy Ghgolino Salazar jghgolino@unfv.edu.pe	

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de la especialidad, es teórico – práctico y tiene como propósito gestionar efectivamente los recursos personales de la manera que refleje objetivamente la calidad del servicio al cliente. Desarrolla las siguientes unidades: 1. Paradigmas y definición CRM, Comunicación y Calidad en el Servicio al Cliente. 2. Manejo de quejas, negociación y Customer Journey. 3. Manejo de Clientes difíciles, Técnicas de Autocontrol y Manejo de stress. 4. Protocolos de Servicios -Atención al cliente y Servicio al cliente como visión. La tarea académica exigida al estudiante es elaboración de herramienta integrador para el empoderamiento del servicio al cliente.

III.- COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla habilidades que les permiten reconocer y distinguir las diferentes formas de relaciones con los clientes, así como la metodología y técnicas de trabajo intelectual que contribuye al desarrollo del pensamiento crítico y a las habilidades de investigación de carácter documental.

IV UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD 1: Paradigmas y definición CRM, Comunicación y Calidad en el Servicio al Cliente. Logro y Aprendizaje: Identifica y analiza el rol del CRM, la comunicación y medición de la calidad en el servicio al cliente.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°01 29 de mayo-3 junio	Presentación del curso, Docente alumnos. Naturaleza y características generales del CRM.	Conoce y Comprende el concepto del CRM y su importancia en la competitividad empresarial.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Mapa conceptual
N°02 5 -10 junio	CRM: una respuesta a la economía actual. Customer relationship management	Conoce y comprende la importancia del término estrategia de CRM sobre cuatro módulos: Ventas, Marketing, Customer Service, Support y E-Commerce.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación de mapa conceptual. Exposición oral.
N°03 12- 17 junio	Datamining. Valor de la estrategia del CRM para el negocio. Componentes del CRM. Paradigmas y beneficios.	Conoce y comprende las aplicaciones del CRM en las funciones del negocio.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral.
N°04 19 -24 junio	La comunicación asertiva. El poder de la comunicación. Clasificación de calidad de servicio.	Comprende y analiza las diferentes técnicas en una comunicación asertiva y su impacto en la calidad del servicio.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Jerarquiza conceptos y argumentos.

"Año De La Unidad, La Paz y El Desarrollo"

<p>UNIDAD 2: Manejo de quejas, negociación y Customer Journey</p> <p>Logro y Aprendizaje: Comprende y utiliza técnicas en el manejo de quejas, negociación y customer journey.</p>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°05 26 junio - 1 julio	Revenue Management.	Analiza el concepto de revenue como parte del desarrollo de la empresa y de la competencia.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°06 3-8 julio	Enfoque del servicio y negociación. Estandarización y personalización.	Analiza el negocio del servicio y sus técnicas para fomentar un servicio de calidad y atractivo.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°07 10- 15 julio	El momento de la verdad: customer journey.	Conoce y explica las formas que se tienen como instrumento para el customer journey.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual Exposición oral monografía investigación.
N°08 17 -22 julio	EVALUACION PARCIAL (Unidades N°1 - 2)	Exploración a través de una prueba escrita sobre el entendimiento y comprensión de los temas desarrollados en clases para ser evaluados.	Presentación del examen parcial a través de una prueba escrita y ser evaluada para calificarlos.	Presencial	Formulación de examen para EVALUACION PARCIAL.
EVALUACIÓN PARCIAL (UNIDAD N°1 -2)					

UNIDAD 3: Manejo de Clientes difíciles, Técnicas de Autocontrol y Manejo de stress					
Logro y Aprendizaje: Aplica técnicas de análisis para el manejo de situaciones diferentes en el proceso del servicio al cliente desarrollando el autocontrol y manejo del stress.					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°09 24 -29 julio	Tipos de clientes. Manejo de clientes difíciles.	Precisa conceptos y las características fundamentales de los diversos tipos de clientes.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°10 31 julio – 5 de agosto	Exposición. Diagrama de flujos.	Toma conocimiento como se organizan los diagramas de flujo de un servicio y sus características.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual Exposición oral
N°11 07 – 12 agosto	Puntos de falla. Sección: quejas. Que espera el cliente luego de una queja. garantía del servicio.	Conocer las herramientas prácticas para el trámite de quejas y garantizar un buen servicio al cliente.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digital	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°12 14 – 19 agosto	Autocontrol y manejo del stress.	Identifica las herramientas y acciones a realizar ante situaciones complejas y saber afrontarlas con tolerancia.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral

<p>UNIDAD 4: Protocolos de Servicios -Atención al cliente y Servicio al cliente como visión. <i>Logro de aprendizaje:</i> Destaca la relevancia de la investigación en el desempeño académico de los estudiantes</p>					
SEMANA	Contenido Temático	Sesiones de Aprendizaje)	Recursos	Tipo de Sesión	Evidencia de Aprendizaje
N°13 21 – 26 agosto	Procesos y buenas prácticas en el servicio y atención al cliente.	Destaca los procesos y la importancia de las buenas prácticas en el servicio al cliente.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°14 28 agosto 2 septiembre	Enfoque del servicio. Expectativa vs. Realidad del servicio.	Analiza las expectativas de los clientes en el proceso de la comercialización de productos y/o servicios.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral
N°15 4 – 9 septiembre	Diseño del concepto del servicio y su visión. Fidelización.	Conoce los aspectos más importantes para la elaboración del concepto de un servicio y el logro de la fidelización del cliente frente a la competencia.	Presentación en diapositivas PPTS Proyector Pizarra Microsoft Teams Documentos Digitales	Presencial	Formulación mapa conceptual. Exposición oral trabajo investigación.
N°16 11 – 16 septiembre	EVALUACION FINAL (Unidades N° 3 – 4)	Resolver un examen final de la asignatura en forma escrita sobre los tópicos señalados en el syllabus.	Presentación del examen escrito Proyector Pizarra Microsoft Teams	Presencial	Formulación del examen final para ser evaluado.
EVALUACIÓN FINAL (UNIDAD N°3 -4)					



V. METODOLOGÍA

5.1 Estrategias centradas en el aprendizaje

Los estudiantes aplicaran las diferentes técnicas de estudio, elaboración de organizadores visuales, ensayos científicos, organizaciones grupales, mesas redondas, informes de laboratorio, lecturas y audición de libros digitales, búsqueda de información en bibliotecas digitales y físicas.

5.2 Estrategias centradas en la enseñanza

El docente se constituye en un auténtico mediador entre la cultura, la ciencia, los saberes académicos y las expectativas de aprendizaje de los estudiantes; por ello organiza, orienta y facilita, con iniciativa y creatividad el proceso de construcción de conocimientos de sus estudiantes, así como la formación actitudinal del futuro profesional. Para ello utiliza estrategias de enseñanza novedosas centradas en: a) Estrategias convencionales: Lluvia de ideas, ilustraciones, clases prácticas, talleres, aprendizaje cooperativo, resolución de ejercicios y problemas; y b) Recursos visuales: organizadores visuales e infografías.

5.3 Línea de investigación según Programa de Estudios

Gestión Empresarial e Inclusión Social

5.4 Acciones vinculadas al Aprendizaje en Servicio-AeS(RSU)

Durante el proceso de ejecución de la experiencia curricular, se puede considerar el Aprendizaje en Servicio, propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un solo proyecto articulado en el que los estudiantes se forman al trabajar sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo.

VI. EVALUACIÓN

- De acuerdo con el Reglamento Académico de esta Casa Superior de estudios, en su artículo 13° señala lo siguiente: “Las evaluaciones se califican en escala vigesimal (de 1 a 20) en números enteros. La nota mínima aprobatoria es once (11). El medio punto (0.5) es a favor del estudiante”.
- Del mismo modo, el referido documento en su artículo 16°, señala: “Las evaluaciones son calificadas por los profesores responsables de la asignatura y entregados a los alumnos y las actas a la Dirección de Escuela Profesional, dentro de los plazos fijados”
- Asimismo, el artículo 36° menciona: “La asistencia de los alumnos a las clases es obligatoria, el control corresponde a los profesores de la asignatura. Si un alumno acumula el 30% de inasistencias injustificadas totales durante el dictado de una asignatura, queda inhabilitado para rendir el examen final y es desaprobado en la asignatura, sin derecho a rendir examen de aplazado, debiendo el profesor, informar oportunamente al Director de Escuela”
- La evaluación de los estudiantes se realizará de acuerdo a los siguientes criterios:



N°	CÓDIGO	NOMBRE DE LA EVALUACIÓN	PORCENTAJE
01	EP	EVALUACIÓN PARCIAL	30%
02	EF	EVALUACIÓN FINAL	30%
03	TA	TRABAJOS ACADÉMICOS	40%
TOTAL			100%

La Nota Final (NF) de la asignatura se determinará de acuerdo con la siguiente manera:

$$NF = EP * 30 \% + EF * 30\% + TA * 40\%$$

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN

7.1 Básica

- Kotler, P. (2013). *Fundamentos de marketing*. España: Editorial Pearson.
- Grande, I. (2011). *Marketing de servicios*. España: Editorial ESIC.
- Fernández, P. y Bajac. H. (2004). *La gestión del marketing de servicios*. Argentina: Editorial Granica.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2009). *Marketing de servicios*. México: Editorial Pearson.
- Shiffman L & Kanuk L, (2005). *Comportamiento del Consumidor*. México: Editorial Pearson Educación.

7.2 Complementaria

- Peralta, Emanuel. Marketing de servicios: Qué es y porque es importante.
<https://www.genwords.com/blog/marketing-de-servicios>

Lima, 29 mayo 2023



Dr. Carlos Tello Malpartida
Director del Departamento Académico
Código: 86304
Correo electrónico: ctello@unfv.edu.pe

Nombres y Apellidos del Docente: Mtra. Judy Ghiglino Salazar
Codigo: 2021025
Correo Electrónico: jghiglino@unfv.edu.pe