



**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES
BADAJOZ**



ASIGNATURA:

GESTIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS (Optativa 2007-2008)

Titulación:

DIPLOMATURA EN RELACIONES LABORALES

Curso:	Temporalidad¹:	Créditos:		
		Totales	Teóricos	Prácticos
2º - 3º	Segundo Cuatrimestre	4,5	3	1,5

Profesorado:

Apellidos, Nombre:

Página Web

Sánchez Hernández, María Isabel

<http://mercado.unex.es>

Departamento:

Página Web

Dirección de Empresas y Sociología

<http://www.unex.es>

Área:

Página Web

Organización de Empresas

<http://>

Objetivos:

Justificación y Objetivos:

En la tradicional división de la economía en sectores, el sector denominado “servicios” ha experimentado un incremento espectacular en los últimos años. De hecho, el porcentaje de empleo en el sector servicios ha acompañado esta evolución y dos de cada tres personas que

¹ 1º Cuatrimestre, 2º Cuatrimestre, Anual



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES BADAJOZ



trabajan en Europa lo hacen en el sector servicios.

Desde el punto de vista del estudio formal, el campo de gestión de servicios es relativamente nuevo. Existía la impresión de que la prestación de servicios tenía más características de arte y de habilidades personales que de conocimientos que podían estructurarse y transmitirse. Con esta asignatura se pretenden **analizar las características que hacen de la prestación de servicios una actividad “especial”**.

Lo que hace que la gestión de empresas de servicios sea diferente son una serie de atributos que en mayor o menor grado aparecen en la definición y provisión de un servicio. No todos los atributos existen en todos los servicios, pero el gestor de servicios debe ser conocedor de las características de estos atributos para poder entender mejor los efectos que tienen en la definición y la gestión de sus procesos.

Metodología:

La exposición de los temas se irá alternando con la técnica del Estudio de Casos para adquirir una visión práctica de los aspectos más relevantes de la materia.

Temario:

La elaboración del programa, así como su metodología, ha sido concebida siguiendo la normativa vigente. Según está estipulado en B.O.E. de 12 de Enero de 1999, esta asignatura que se compone de 4,5 créditos en total de los que 3 créditos son teóricos y 1,5 créditos son prácticos y se ajustará al siguiente contenido orientativo:

Naturaleza de los servicios. Características y modelos. Los principios de gestión de los servicios. Aspectos estratégicos. El diseño, la búsqueda de la calidad y la dimensión humana del servicio.

TEMA 1: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS

- 1.1 Definición del entorno de servicios
- 1.2 Atributos de un servicio
- 1.3 Conceptos de calidad en servicios
- 1.4 Estrategias de mejora de servicios

TEMA 2: ENFOQUES DE FIDELIZACIÓN Y SATISFACCIÓN DE CLIENTES

- 2.1 Fidelización y rentabilidad
- 2.2 Relación entre satisfacción y fidelización
- 2.3 Recuperación y retención de clientes
- 2.4 El tamaño futuro del negocio
- 2.5 La vida media de los clientes

TEMA 3: ENFOQUES DE CREACIÓN DE VALOR PARA LOS CLIENTES

- 3.1 La ecuación valor por esfuerzo
- 3.2 La gestión del lugar de encuentro y las expectativas
- 3.3 Los servicios como un arte escénico
- 3.4 Pasos para hacer mítica una marca

TEMA 4: ENFOQUES DE GESTIÓN DE EMPLEADOS

- 4.1 La confianza
- 4.2 La estructura motivacional
- 4.3 La fidelización de los clientes
- 4.4 El liderazgo
- 4.5 El salario mental

TEMA 5: LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS

- 5.1 Indicadores de la calidad en los servicios
- 5.2 Las normas de calidad
- 5.3 La norma ISO 9000-2000

Bibliografía:

- **Fitzsimmons, J. (2003)**. “Service Management”. Ed. Díaz de Santos.
- **Grande, I. (2000)**. “Marketing de los servicios”. ESIC
- **Horovitz, J. (1991)**. “La calidad del servicio. A la conquista del cliente”. Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- **Huete, L.M. (1997)**. “Revitalizando los servicios”. IESE.
- **Huete, L.M. (2003)**. “Servicios y beneficios”. Ed. Díaz de Santos.
- **Juran Institute (1994)**. Mejora de la calidad en los servicios. AENOR
- **Ribera, J. y Huete, L. (1997)**. “Empresas de servicios: Un mundo de posibilidades”. IESE.
- **Santesmases, M. (1988)**. “Marketing. Conceptos y estrategias”. Capítulo 19: *Marketing de Servicios*. Pág: 823-855 Ed. Pirámide, Madrid.
- **Senlle, A.; Martínez, E. y Martínez, N. (2001)** ISO 9000-2000 Calidad en los servicios. Gestión 2000.
- **Zeithaml, V.; Parasuraman, A. y Berry, L. (1993)**. “Calidad total en la gestión de servicios”. Ed. Díaz de Santos.

Enlaces:

<http://www2.uah.es/servilab/indice.htm>

Criterios de evaluación:

Para superar la asignatura se realizará un examen al final del periodo que pretende valorar la **asimilación de los contenidos y su aplicación práctica**. Consistirá en una prueba objetiva de **40 preguntas** tipo test de verdadero o falso donde las preguntas mal contestadas penalizan 1/3 de su valor y las preguntas no contestadas no puntúan ni positiva ni negativamente.

Formará parte del contenido de la asignatura, y, por tanto, **estará sujeto a evaluación**, toda lectura, actividad, caso, video, página *web*, trabajo o comentarios realizados por los profesores



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES BADAJOZ



en el aula.

La participación activa en el desarrollo del curso, será considerada por los profesores y podrá servir para mejorar la calificación siempre y cuando ésta exceda de un cinco o lo que es lo mismo, veinte puntos netos (es decir, sólo se activará a partir del aprobado).

Estos criterios se mantendrán para todas las convocatorias oficiales del **curso 2007-2008**.

Tutorías:

Despacho:

1^{er} Cuatrimestre:

2^o Cuatrimestre:

22	Viernes 8:00 a 14:00	Viernes 8:00 a 14:00
-----------	--------------------------------	--------------------------------