

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE HOMOLOGADA

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Unidad Académica (s): FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA
2. Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) LICENCIADO EN GESTION TURISTICA 3. Vigencia del plan: 2009-2
4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje SERVICIO AL CLIENTE 5. Clave: 12290
6. HC: 2 HL: HT:2 HPC: HCL: HE:2 CR:6
7. Ciclo Escolar: 2011-1 8. Etapa de formación a la que pertenece: Disciplinaria
9. Carácter de la Unidad de Aprendizaje: Obligatoria X Optativa
10. Requisitos para cursar la Unidad de Aprendizaje: Ninguno

UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE BAJA CALIFORNIA

RECIBIDO
JAN 18 2012
VICERRECTORIA-CAMPUS MEXICALI
DEPARTAMENTO DE FORMACION
PROFESIONAL Y VINCULACION

UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN (Continuación)

Programa (s) de estudio: (Técnico, Licenciatura (s)) LICENCIATURA EN GESTION TURISTICA Vigencia del plan: 2009-2

Nombre de la Unidad de Aprendizaje: SERVICIO AL CLIENTE Clave: 12290

HC: 2 HL: HT: 2 HPC: HCL: HE: 2 CR: 6

Firmas Homologadas

Fecha de elaboración
14 de diciembre de 2010

Formuló:

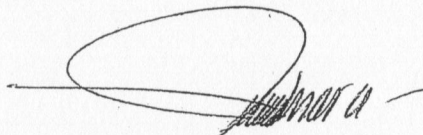
M.M. Ricardo Verjan Quiñones

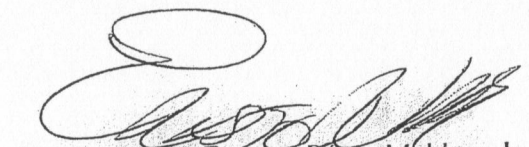
M.M. Martha Ofelia Lobo Rodríguez

Lic. Martín Ortega Reyes P.A.

Lic. Beatriz Montejano Gutiérrez

Lic. Juan Benito Vela Reyna


Vo. Bo Lic. María Teresa Pérez Saucedo
Cargo: Subdirector Tijuana


Vo. Bo. M.A. Ernesto Pérez Maldonado
Cargo: Subdirector Mexicali

UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO

Desarrollar conciencia de la importancia del servicio al cliente a través de la aplicación de técnicas y métodos de servicio enfocadas al cliente.

III. COMPETENCIA (S) DEL CURSO

Elaboración de estrategias de servicio al cliente donde se evidencie la importancia del mismo al lograr la optimización del servicio de manera efectiva a través de la aplicación de técnicas y métodos de servicio apegados a los principios éticos y sociales.

IV. EVIDENCIA (S) DE DESEMPEÑO

Presentación de un caso práctico de servicio al cliente para una empresa turística a través de una dramatización en equipo.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Comparar los diferentes tipos de servicio con de los servicios turísticos.

Duración 8 horas

Contenido

- 1.1 Introducción a la industria de servicios.
- 1.2 Los servicios en general.
- 1.3 Servicios turísticos.
- 1.4 Características de los servicios turísticos:
 - Hospedaje.
 - Alimentos y bebidas.
 - Recreación.
 - Organización de eventos.
 - De viajes.
 - Transporte.
- 1.5 Conceptos de servicio vs servilismo

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Conocer los diferentes tipos de clientes con respecto al servicio.

Duración 8 horas

Contenido

- 2.1 Tipos de clientes.
- 2.2 Importancia del cliente.
- 2.3 Comprender los requerimientos del cliente.
- 2.4 Cómo tratar con clientes difíciles.
- 2.5 Herramientas para el servicio y la atención al cliente.
 - 2.5.1 El triángulo del servicio al cliente.
 - 2.5.2 Percepción es realidad.
 - 2.5.3 Momentos de verdad. Mapas de ciclos del servicio
- 2.6 Expectativas de los clientes y el servicio al cliente
 - 2.6.1 Servicio esperado.
 - 2.6.2 Servicio percibido.
 - 2.6.3 Servicio adecuado.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

2.6.4 Zona de tolerancia.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Identificar las características del espíritu de servicio y las técnicas para mejorar la actitud del personal hacia el cliente.

Contenido

- 3.1 La cultura del servicio al cliente
- 3.2 Cómo se reconoce el espíritu de servicio.
 - 3.2.1 Guía para identificar el espíritu de servicio.
- 3.3 Proceso de selección de capital humano en las empresas.
- 3.4 Proceso para seleccionar personal con espíritu de servicio.
- 3.5 Capacitación.
- 3.6 Capacitación para mejorar la actitud.
- 3.7 El personal como estrategia de servicio.
- 3.8 El papel de los empleados en la prestación del servicio.

Duración 8 horas

V. DESARROLLO POR UNIDADES

Competencia

Identificar las características del espíritu de servicio y las técnicas para mejorar la actitud del personal hacia el cliente.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

Contenido**Duración 8 horas**

- 4.1 La orientación a la calidad total del servicio al cliente.
 - 4.1.1 Sistemas de calidad total.
 - 4.1.2 Control total del servicio al cliente.
 - 4.1.3 Las 10 dimensiones del servicio al cliente.
- 4.2 Retos y ciclos para la transformación del cambio permanente del servicio al cliente.
- 4.3 Estrategias para alcanzar la calidad en el servicio turístico.

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS

No. de Práctica	Competencia(s)	Descripción	Material de Apoyo	Duración
1	Comparar los diferentes tipos de servicio con de los servicios turísticos.	Elaborar un esquema conceptual con las características de cada uno de los servicios turísticos.		4 horas
2	Conocer los diferentes tipos de clientes con respecto al servicio.	Definición de zonas de tolerancia entre el servicio esperado y el recibido.		4 horas
3	Conocer los diferentes tipos de clientes con respecto al servicio.	Elaboración de propuestas para construir la lealtad de un cliente.		2 horas
4	Identificar las características del espíritu de servicio y las técnicas para mejorar la actitud del personal hacia el cliente.	Colaboración en la elaboración de un programa de capacitación enfocado en el servicio al cliente con enfoque a los atributos del servicio.		6 horas
5	Identificar los métodos de servicio al cliente.	Dramatizar los diferentes métodos para la entrega del servicio.		8 horas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

6	Identificar los métodos de servicio al cliente.	Esquemmatización de los mapas del ciclo del servicio y de la evaluación del servicio al cliente.		8 horas
---	---	--	--	---------

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Gestión del conocimiento facilitado por el docente.
 Inferencias e intervenciones en organizaciones.
 Reportes de observación sistemática de visitas a diferentes empresas de servicios turísticos.
 Mesas de discusión para la elaboración de propuestas.
 Presentación por escrito y evidencia grafica de ser necesario de diferentes tipos de estrategias utilizadas para realizar una mejora en el área de servicios de una empresa turística.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS
MEXICALI

Reportes y tareas	20%
Exposición	30%
Exámenes Parciales	20%
Trabajo Final	30%

IX. BIBLIOGRAFÍA

Básica

Complementaria

Horovitz, Jacques y Martínez, Ramón.
 Los siete secretos del servicio al cliente.
 Ed. Pearson, México 2000.

Faus, José Luis.
 Servicio al cliente. Manual,
 Dynamic Solutions, España 2007.

Zeithhaml, Bitner, Gremler.
 Marketing de Servicios.
 Ed. Mc. Graw Hill, México 2009.

Kotler y Keller.
 Dirección de Marketing..
 Editorial Pearson Prentice Hall. Duodécima
 Edición México 2006.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
 DE BAJA CALIFORNIA



FAC. DE CIENCIAS
 ADMINISTRATIVAS
 MEXICALI