



# PLAN DE CURSO ACADÉMICO



## Identificación del curso

Programa - Departamento	<b>ADMINISTRACIÓN FINANCIERA</b>				Campo	Obligatorio	
					Área	Ciencias Económicas y Contables: Administración Financiera	
Curso/Módulo	<b>Administración de las Operaciones</b>	Número de Créditos académicos	2	Horas de trabajo en aula	48	Modalidad	Presencial
				Horas de trabajo independiente	32		
				Total de horas	80		
Justificación	El módulo de Administración de las Operaciones les permite a los estudiantes del Programa de Administración Financiera desarrollar competencias para la adecuada gestión del servicio en la organización, orientándola al incremento de la competitividad y la sostenibilidad empresarial y utiliza el servicio al cliente como un elemento diferencial de mejoramiento en la gestión.						
¿Problemas a resolver?	¿Cómo la gestión financiera debe interactuar con los procesos organizacionales de la empresa?						
Competencias a desarrollar	Reconoce y relaciona los procesos y procedimientos organizacionales mediante el uso eficiente de los recursos para lograr el objetivo básico financiero.						

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda  
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano  
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

<b>Criterios de Desempeño al finalizar el curso</b>	Gestiona adecuadamente todos los aspectos asociados al servicio en la organización, potenciando su uso e incorporación en la cultura de las empresas.
<b>Evidencias</b>	Diseña e implementa modelos de servicio y de mejoramiento del servicio en organizaciones.
<b>Ejes Temáticos</b>	<p><b>1. FUNDAMENTOS DEL SERVICIO</b>  Construcción del concepto de servicio al cliente  Importancia del servicio al cliente  Importancia del cliente en las empresas  La calidad y el servicio  Los momentos de verdad y el ciclo del servicio  Personas, procesos y tecnología en el servicio  Construcción de las 4C del servicio: calidad, confianza, consistencia y cultura  Características de las empresas que sobresalen en servicio</p> <p><b>2. OPERACIÓN DEL SERVICIO</b>  La oferta de valor y el servicio  Entender las necesidades de los clientes para la construcción de relaciones  Procesos del servicio al cliente  Creatividad y oportunidad en el servicio  El nuevo enfoque del servicio al cliente</p> <p><b>3. SERVUCCIÓN</b>  Análisis de los procesos para la prestación de servicio  Los clientes y proveedores en la prestación de servicio  Mapeo de procesos para la prestación de los servicios</p>

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda  
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano  
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

De la estructura funcional a la estructura por procesos  
El rol del servicio en la cadena productiva  
El servicio como eslabón en la cadena de valor  
Herramientas del servicio  
Análisis de los ciclos del servicio

#### 4. MERCADEO DEL SERVICIO

Fundamentos de mercadeo de servicios  
Generar una cultura de mercadeo de servicio  
Características de mercadeo de servicios  
Análisis del mercadeo de servicios  
El compuesto y mezcla para el programa de servicio  
Plan de mercadeo de servicio  
El mercadeo como herramienta de fidelización

#### 5. GESTIÓN FINANCIERA DEL SERVICIO

Entorno y funcionamiento del sistema financiero  
Herramientas financieras para empresas de servicio  
Costos en servicio  
Plan de utilidades en los negocios de servicio  
Evaluación financiera en los proyectos de servicio  
Oportunidades financieras en la atención de las quejas y los reclamos  
Costos y beneficios en las empresas de servicio

#### 6. EL FACTOR HUMANO DEL SERVICIO

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda  
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano  
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

	<p>Servicio e inteligencia emocional  La actitud que marca la diferencia  Importancia y beneficios de una cultura enfocada en los clientes  Cómo crear una cultura centrada en la satisfacción de los clientes  Líderes con pasión por el servicio  Las características y competencias del personal del servicio  Comunicación y asertividad</p>	
<p><b>Estrategias Metodológicas</b></p>	<p><u>En aula</u>  Las estrategias metodológicas deben promover y facilitar el desarrollo del aprendizaje significativo y el pensamiento crítico para la apropiación del conocimiento, por esta razón este curso tendrá como estrategias las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Guía didáctica de orientación para el desarrollo de las actividades del curso.</li> <li>2. Ejercicios de análisis de situaciones problemáticas reales que lleven al estudiante a reflexionar sobre las posibles alternativas de solución.</li> </ol>	
<p><b>Estrategias de Evaluación</b></p>	<p><u>En aula convencional</u>  Evaluación de presaberes al inicio del curso.  Evaluación final del desempeño</p>	

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda  
Jefe Oficina Desarrollo Académico

Revisado por: Ligia Solano  
Vicerrectora de Docencia

Aprobado por:

Referencias	<p>ALBRECHT, K. y BRADFORD, L. La excelencia en el servicio. Editorial Legis. Bogotá D.C. 1990.</p> <p>BARRIONUEVO, Leopoldo. Gerencia en Tiempos de Crisis. Edición Joaquín Martínez R. Buenos Aires. 2009.</p> <p>BERRY, Leonard y PARASURAMAN L. A. Marketing en las empresas de servicios. Editorial Nana. Barcelona. 1993.</p> <p>BERRY, Leonard, PARASURAMAN, A. y ZEITHAMI, Valerie . Entregar servicio de calidad. The Executive Fast Track. Nueva York. 1991.</p> <p>COTTLE, David. El servicio centrado en el cliente. Ediciones Díaz de Santos. Madrid. 1991.</p> <p>EIGLIER, Pierre y LANGEARD, Eric. Servucción: El Marketing de Servicios. Editorial McGraw-Hill. México. 1989</p> <p>RON Karl Albrecht. Gerencia del Servicio. 3R Editores. 2005.</p>						
Fecha de elaboración	Diciembre 6 de 2015	Versión del plan:	1	Fecha de actualización	Marzo 13 de 2016		
Elaborado por:	Experto Temático: Asesor de Currículo:		Revisado y Aprobado por:		Comité curricular del programa		

Elaborado por: Alix Cecilia Chinchilla Rueda Jefe Oficina Desarrollo Académico	Revisado por: Ligia Solano Vicerrectora de Docencia	Aprobado por:
---	--	---------------