

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO
1. DATOS GENERALES

Modalidad: PRESENCIAL ESPE MATRIZ SANGOLQUI		Departamento: CIENCIAS ECON. ADMIN. Y		Área de Conocimiento: HOTELERIA	
Nombre Asignatura: HOSPITALIDAD		Período Académico: PREGRADO S-I MRZ19 - JUL19			
Fecha Elaboración: 16/11/18 10:19 AM		Código: TSU10	NRC: 4731	Nivel: PREGRADO	
Docente: ACOSTA MEJIA ELOISA SUSANA esacosta@espe.edu.ec					
Unidad de Organización		BÁSICA			
Campo de Formación:		PRAXIS PROFESIONAL CATEDRA INTEGRADORA			
Núcleos Básicos de		1. Operación Turística, 2. Gestión y Emprendimiento 3. Investigación y Desarrollo Sostenible.			
CARGA HORARIA POR COMPONENTES DE APRENDIZAJE					SESIONES SEMANALES 6
DOCENCIA	PRACTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN	APRENDIZAJE AUTÓNOMO			
64	16	80			
Fecha Elaboración 07/09/2018		Fecha de Actualización 11/09/2018		Fecha de Ejecución 01/10/2018	
Descripción de la Asignatura: La asignatura HOSPITALIDAD, posibilita tener conocimientos sobre la gestión en la organización dirigido a optimizar recursos, costos y al constante mejoramiento de la calidad del servicio para conseguir la satisfacción y la fidelización del cliente. La asignatura promueve a la construcción de un sistema integral de servicio, como elemento estratégico de diferenciación y ventaja competitiva de la cadena de valor que beneficie tanto al cliente como a la organización, que le permita suministrar un flujo continuo de servicios y momentos de verdad con alta significación, para crear la percepción de un valor superior en la mente de los clientes y con ello su posicionamiento.					
Contribución de la Asignatura: Desarrollo de diferentes habilidades y destrezas relacionadas con operaciones de negocios turísticos y la provisión de una amable y generosa hospitalidad, que incluye actitudes, comportamientos, servicios y actividades ya que los clientes tienen una gran habilidad para controlar la experiencia de la hospitalidad y los operadores turísticos deben ser sensibles a esta habilidad					
Resultado de Aprendizaje de la Carrera: (Unidad de Competencia) Las asignaturas de este nivel permiten que el estudiante desarrolle diferentes habilidades relacionadas con la comunicación oral y escrita para aplicarlas en la actividad turística a través de la hospitalidad ofreciendo servicios turísticos de calidad, además utiliza la estadística descriptiva administrativa que le permitirá conocer y representar la realidad de la actividad turística a través de datos objetivos. Reconoce y valora el cosmos histórico del país y del mundo. Identifica el bio-entorno turístico, conociendo especies de flora y fauna en los diferentes ecosistemas y que sirve de base para la ejecución de la gira de estudios donde el estudiante relaciona los conocimientos adquiridos en este nivel con la utilización de las técnicas de guía.					
Objetivo de la Asignatura: (Unidad de Competencia) Aplicar en empresas de servicio un eficaz y eficiente sistema de gestión en servicio que estimule y apalanque la cultura corporativa, la ventaja competitiva, la cadena de valor, la diferenciación de los servicios y la satisfacción del cliente.					
Resultado de Aprendizaje de la Asignatura: (Elemento de Competencia) <ul style="list-style-type: none"> Reconoce, describe y analiza procesos de optimización de programas de servicios de calidad que pueden estar presentes en las empresas exitosas. Caracteriza los procesos de optimización y desarrolla nuevos modelos de servicio al cliente de forma que contribuyan al éxito de una empresa. Formula modelos de optimización y propone las herramientas que pueden ser aplicadas para encontrar resultados 					

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO

favorables.

- Propone y realiza el seguimiento y evaluación de la aplicación de los modelos de servicio al cliente con relación al nivel de satisfacción de los clientes

Proyecto Integrador

La materia no es parte de un proyecto integrador.

PERFIL SUGERIDO DEL DOCENTE
TÍTULO Y DENOMINACIÓN

GRADO: Licenciada En Administración De Empresas Hoteleras

POSGRADO: Magister En Gestión Del Desarrollo Del Turismo

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS		
Unidad 1	Horas/Min: 41:00	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO
FUNDAMENTOS Y OPERACIONES DEL SERVICIO		Prácticas de Aplicación y Experimentación
CONCEPTOS E IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE Qué es la hospitalidad? importancia para el Turismo El servicio al cliente. La gerencia del servicio Evolución y conceptos del servicio. Atributos, cualidades y Taxonomía de los servicios Clasificación y necesidades básicas de los clientes Modelos de servicio al cliente - El servicio como producto - El sentido del compromiso La CALIDAD DE LAS 4 C DEL SERVICIO Conceptos de Calidad y percepción, Objetivos de la calidad dentro del servicio al cliente. Por qué se pierden los clientes y lo que satisface al cliente. Elementos para brindar un servicio de excelencia. Organizar un servicio fuera de serie: FACTORES FATES		Tarea 1 Luego de observar el video en clase, elabore un ensayo sobre el proyecto de vida personal. Tarea 2 Consulta sobre la filosofía de las escuelas de servicio Nórdica, Americana y Latinoamericana. Características, similitudes y diferencias. Tarea 3 Biografía del autor de la Pirámide de las necesidades, Maslow. elabore una tabla con 3 ejemplos de necesidades y la satisfacción de cada una, por cada nivel de necesidades Tarea 4 Consultar sobre los diferentes estratos demográficos generados en la actual sociedad para la diferenciación del servicio al cliente. Tarea 5 Consultar sobre los diferentes estratos demográficos generados en la actual sociedad para la diferenciación del servicio al cliente. Tarea 6 Analizar los modelos de servicio al cliente y aplicarlos en casos de empresas de servicios turísticos. Tarea 7 Taller en clase: Elaborar estrategias según el sistema FATES en empresas de sistemas turísticos para brindar un servicio fuera de serie. Exposición de cada empresa.

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO
2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

<p>Posibles fallas de la calidad, los pecados del servicio</p> <p>LOS MOMENTOS DE VERDAD Y EL CICLO DEL SERVICIO definición, Insumos de los momentos de verdad, esquema y ciclo de los momentos de verdad</p> <p>El ciclo del servicio, concepto y características de uso.</p> <p>Momentos Críticos de los momentos de verdad, tratamientos.</p> <p>el triangulo del servicio. características y usos dentro de la empresa. La estrategia del servicio, conceptos, elaboración, estrategias específicas, características y usos en las empresas.</p> <p>Características de las empresas que sobresalen en servicio.</p> <p>Características relevantes: Liderazgo, Cultura de servicio, Potencialización del RRHH, Canales de comunicación al cliente.</p> <p>La oferta de valor y el servicio, servicio relacional qué es el valor agregado, beneficios, inversión, estrategias para brindar valor agregado,</p> <p>Visión Integral del servicio y generación de valor agregado</p> <p>PROCESOS Y NUEVO ENFOQUE DEL SERVICIO AL CLIENTE Nuevos enfoques: economía emocional, gestión de sistemas, ISOP9001,</p> <p>Características de mercadeo de servicios características y fundamentos del mercadeo de los servicios.</p>	Tarea 8	consultar los pecados del servicio al cliente y analizar a través del caso de 3 empresas nacionales y 2 empresas internacionales como contrarrestan estos pecados para ofrecer servicio de excelencia.	
	Tarea 9	TALLER EN CLASE: Realizar los ciclos de servicio en las empresas planteadas, definir los momentos de verdad	
	Tarea 10	TALLER DE CLASE: en la matriz del ejercicio anterior determinar los momentos críticos y las estrategias de solución a las mismas.	
	Tarea 11	consultar sobre los diferentes tipos de liderazgo y el manejo de la dirección de las empresas.	
	Tarea 13	análisis de video	
	Tarea 12	TALLER EN CLASE: analizar a las empresas exitosas y la generación de valor agregado que estas poseen.	
	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / HORAS CLASE		
	COMPONENTES DE DOCENCIA		21
	PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN		5
	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO		26
TOTAL HORAS POR UNIDAD		52/1248	

CONTENIDOS		HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO
Unidad 2	Horas/Min: 20:00	
Mercadeo del servicio.		Prácticas de Aplicación y Experimentación
cultura de mercadeo de servicios		
El servicio: nuevas armas del mercadeo		Tarea 1 Consulta sobre las nuevas armas de mercadeo utilizando el servicio al cliente
El mercadeo como herramienta de fidelidad		
el servicio al cliente como herramientas del marketing actual.		Tarea 2 exposición por grupos sobre el servicio al cliente como estrategia gerencial

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Análisis del mercadeo de servicios. Analisis del mercado: clientes, intermediarios y competidores Plan de mercadeo de servicio. Etapas para la elaboración de un estudio de mercado	Tarea 3 Tarea 4 Tarea 5	EXPOSICIÓN POR GRUPOS: elementos para el análisis del mercado Taller Practico: división por grupos, solicitar buscar una empresa de servicios relacionadas con el turismo, para analizar el mercado y los elementos que permiten sus posicionamiento. Evaluar en la empresa designada al grupo el estudio de mercado aplicado en la empresa.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / HORAS CLASE		
COMPONENTES DE DOCENCIA		21
PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN		5
HORAS DE TRABAJO AUTONOMO		26
TOTAL HORAS POR UNIDAD		52/312

CONTENIDOS		
Unidad 3	Horas/Min: 35:00	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO
Gestión financiera y auditoria del servicio.		Prácticas de Aplicación y Experimentación
Herramientas financieras para empresas de servicio. Las herramientas financieras y el servicio al cliente. Análisis de la rentabilidad a través del servicio al cliente Costos y beneficios en servicio el costo del servicio y los beneficios para la empresa Evaluación financiera en los proyectos de servicio. procesos para evaluar el costo de la inversión en el servicio al cliente dentro de las empresas. La medición en los servicios. sistemas de medición o evaluación del Servicio al cliente Porque medir la satisfacción del cliente la evaluación del servicio al cliente como herramienta de mejora continua Interpretación de los resultados y gestión interna. control interno de los procesos de servicio al cliente.	Tarea 1 Tarea 2 Tarea 3 Tarea 8 Tarea 4	análisis de las herramientas financieras aplicadas en la empresa asignada y su relación con el servicio al cliente Video- Análisis y evaluación del costo del servicio en las empresas asignadas, exposición Aplicar formatos de medición del servicio al cliente en los establecimientos de alojamiento y AyB de la gira amazónica Evaluar la satisfacción del servicio al cliente en los establecimientos de transporte, alojamiento y AyB en la Gira amazónica y proponer un plan de mejora para la calidad del servicio. Análisis y evaluación de los procesos que se llevan a cabo al interior de las empresas asignadas con relación al servicio al cliente

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO
2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Modelo de gestión de la calidad del servicio al cliente	Tarea 5	elaboración de un modelo de gestión de la calidad del servicio de acuerdo a las evaluaciones realizadas en las empresas asignadas.
Auditoría de servicio y Balanced Scorecard en la satisfacción del cliente.		
que es la auditoría del Servicio al cliente. componentes de la auditoría	Tarea 6	Exposición por grupos sobre los elementos que componen una auditoría al servicio al cliente
Planeación y herramientas para la auditoría del servicio.	Tarea 7	Exposición por grupos sobre el tema a tratarse en clase.
ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE / HORAS CLASE		
COMPONENTES DE DOCENCIA		22
PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN		6
HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO		28
TOTAL HORAS POR UNIDAD		56/616

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA

Metodos de Enseñanza - Aprendizaje	
1	Clase Magistral
2	Talleres
3	Estudio de Casos
4	Investigación Exploratoria
5	Resolución de Problemas
6	GIRA AMAZÓNICA: Evaluar el servicio que ofertan los diferentes prestadores de servicios turísticos a lo largo de la región amazónica, en base a las técnicas de hospitalidad y estrategias de atención al cliente para generar experiencias sobresalientes.

6. TÉCNICAS Y PONDERACION DE LA EVALUACIÓN

Técnica de evaluación	1er Parcial	2do Parcial	3er Parcial
Exposición	2	2	2
Solución de Problemas	2	2	2
Estudio de Casos	2	2	2
Investigación Bibliográfica	1	1	1
Resolución de Ejercicios	2	2	2
Examen Parcial	10	10	10

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO

Técnica de evaluación	1er Parcial	2do Parcial	3er Parcial
Control de Lecturas	1	1	1
TOTAL:	20	20	20

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

Título	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
Administración de la hospitalidad	Walker, Jhon R.	4	2015	spa	Pearson

8. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Título	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
WOW Deje al cliente boquiabierto con un servicio fuera de serie	PERFORMANCE RESEARCH ASSOCIATES	4ta	2010	español	Grupo Nelson.
Gerencia y Atención de cliente.	SOLOON, Micah. High-Tech, High-Touch Customer Se		2012	Inglés	AMACOM - American Management Association
Diseñando una organizaci	GALBRAIT, Jay. SHAW, John C. GALBRAIT, Jay. GALBRAIT, Ja GALBRAIT, Jay.		2015	español	
Gerencia del servicio	ALBERECHT, Zemke Karl Ron ALBERECHT, Zemke Karl	4ta	2015	español	Editorial Legis. Colombia.
Arte Supremo: 50 prácticas de buena atención al cliente	JIMÉNEZ, Juan Carlos.		2016	español	Editorial: Cograf Comunicaciones

PROGRAMA DE ASIGNATURA - SÍLABO

FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

FIRMADO Y
SELLADO

ELOISA SUSANA ACOSTA MEJIA
DOCENTE

CARLOS HUGO NOVOA BRITO
COORDINADOR DE AREA DE CONOCIMIENTO

EFREN ALBERTO CISNEROS JACOME
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO