



UNIVERSIDAD DE SONORA
Unidad Regional Centro
División de Ciencias Económicas Administrativas
Departamento Contabilidad
LICENCIATURA EN TURISMO

Asignatura: Calidad en el servicio de la empresa turística **Clave:**

Antecedente: Marketing turístico **Consecuente:** N/A

Créditos: 6 **Modalidad:** Semipresencial **Horas Semana:** 3 **Horas curso:** 48

Modalidad enseñanza-aprendizaje: curso teórico-práctico **Departamento de Servicio:** Contabilidad

Eje de formación: Profesional

Competencias específicas a desarrollar:

Competencia 3: Administra recursos y evalúa proyectos turísticos a partir de un diagnóstico integral.

Competencia 5: Gestiona organizaciones turísticas mediante el diseño de planes de negocios, la administración de sistemas en la operación de los servicios turísticos y dirige organizaciones.

Introducción:

La competitividad en los mercados obliga a las empresas a crear nuevas estrategias para seguir sobreviviendo en un mundo globalizado. Una estrategia que se está adoptando, con el fin de ganar más clientes y recuperar los que se han perdido es el uso de la calidad en el servicio, que va enfocado no solo a satisfacer las necesidades de los clientes sino a rebasar sus expectativas.

En la unidad 1, se analizan las características de los servicios.
En la unidad 2, se identifican los elementos de la mezcla del marketing de servicios.
En la unidad 3, se analizan los factores que intervienen en la satisfacción del cliente, su medición y evaluación.
En la unidad 4, se conocen los factores de la administración en la calidad del servicio.

Propósito:

Es una asignatura del eje profesional, se imparte en el cuarto semestre y es de carácter obligatoria. Contribuye en el conocimiento del alumno sobre los elementos a tener en cuenta para crear y mantener una lealtad hacia una empresa o marca, por lo que complementa de una manera sustancial toda actividad turística tratándose de productos o servicios.

Objetivo General:

Conocer la importancia y el impacto que el servicio tiene en la actividad turística.

Objetivos Específicos:

- Conocer los fundamentos y evolución de la calidad
- Saber planear una gestión de calidad
- Conocer los conceptos relacionados con el servicio, características, marketing y ética.
- Saber administrar los servicios para crear un valor para el cliente
- Saber medir y evaluar la satisfacción del cliente y la calidad.

Unidades de Competencias:

Unidad de competencia I. Características del Servicio
Naturaleza e importancia de los servicios
Definición de los servicios

Alcance de los servicios
Características del servicio

Unidades de Competencias:

Unidad de competencia II. Mezcla táctica de marketing de servicios

El proceso de entrega del servicio
Fijación de precios de los servicios
Desarrollo de la estrategia de comunicación de servicios

Unidad de competencia III. Definición y medición de la satisfacción del cliente

Importancia de la satisfacción del cliente
Medición de la satisfacción del cliente
Cómo entender las calificaciones de satisfacción del cliente

Unidad de competencia IV. Administración de la calidad del servicio

Concepto de calidad
Definición y medición de la calidad en el servicio
Modelo de brecha de calidad de servicio
Escala de medición SERVQUAL

Unidad de competencia V – Implementación de sistemas de calidad

¿Qué es un sistema de calidad?
Certificaciones y acreditaciones

Evaluación: criterios generales para la acreditación del curso:

Exámenes	30%
Trabajos individuales	15%
Trabajos en equipos	40%
Exposiciones	15%

Perfil académico deseable del responsable de la asignatura:

Poseer Licenciatura en Recursos Humanos o Relaciones Industriales o Licenciaturas afines en áreas relacionadas al campo específico de la materia. Preferentemente con grado académico de maestría o especialidad afín al campo de estudio de la materia, con experiencia y desarrollo profesional comprobada cuando menos de dos años en áreas afines al campo de la materia. Contar con experiencia docente de al menos dos años a nivel superior.

Bibliografía	Tipo (básica o complementaria)
Velasco, S. J. (2010). <i>Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión: teoría y práctica</i> . Madrid: Pirámide.	Básica
Lovelock C. y Wirtz J. (2009). <i>Marketing de servicios</i> . México. Pearson.	Básica
Camisón, Z. C., Cruz, S. y González, T. (2007). <i>Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas</i> . Madrid: Pearson/Prentice Hall.	Básica
Puig, J. (2006). <i>Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración</i> . ISBN 978-84-7978-749-3	Básica
Lovelock, C., Reynoso J., D'andrea, G. y Huete, L. (2004). <i>Administración de servicios</i> . México. Pearson.	Básica
Dávila, M. (2002). <i>Calidad del Servicio en el Sector Turístico</i> , Ed. Netbiblo, ISBN 9788497450201	Básica
Hoffman, D. y Bateson J. (2002). <i>Fundamentos de marketing de servicios</i> . México. Cengage.	Básica
Boullón, R. (2003). <i>Calidad turística en la pequeña y mediana empresa</i> , ISBN 987-9473-22-1	Complementaria

Desarrollo de las competencias

Resultados del aprendizaje	Actividades educativas	Volumen de trabajo del estudiante calculado en horas	Evaluación
SEMANA 1			
Definirá la naturaleza e importancia de los servicios.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 2			
Describirá el alcance y las características del servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 3			
Describirá el proceso de entrega de un servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 4			
Desarrollará un sistema para establecer el precio de un servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 5			
Establecerá un sistema de comunicación de los servicios.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 6			
Entenderá la importancia de la satisfacción del cliente.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 7			
Realizará actividades que permitan medir la satisfacción del cliente.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 8			
Describirá las diferentes formas de retroalimentación por parte del cliente en el servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 9			
Definirá los diversos conceptos de calidad.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 10			
Describirá diferentes modelos de calidad en el servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 11			
Conocerá mecanismos que permiten evaluar la calidad en el servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 12			
Establecerá formas para recuperar la lealtad perdida de los clientes.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 13			
Definirá los principales elementos para la gestión de la calidad en el servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 14			
Realizará un plan de servicio con calidad.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 15			

Comprenderá la importancia que el liderazgo representa en el servicio.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición
SEMANA 16			
Diseñara un proceso para la prestación de un servicio con calidad.	Exposición por parte del docente. Investigación de los alumnos.	4	Trabajo escrito y exposición