

1. Datos Generales de la asignatura

Nombre de la asignatura:	Mejora de la Calidad en los Servicios
Clave de la asignatura:	SEC-2401
SATCA¹:	2-2-4
Carrera:	Ingeniería Industrial

2. Presentación

Caracterización de la asignatura

Esta asignatura le permitirá al estudiante diagnosticar y mejorar sistemas de atención y servicio diferenciados y enfocados a la satisfacción del cliente mediante estrategias orientadas a la innovación y a la mejora de los servicios ofertados. Así como promover el desarrollo de la organización que propicie la creación de valor creado para el cliente y ventajas competitivas.

Se imparte dentro de la especialidad del egresado, para que este conocimiento pueda aplicar una visión planificadora e integradora, mediante el análisis y aplicación de herramientas enfocadas a la satisfacción del cliente mediante los siguientes pasos:

- Diagnóstico del perfil y lealtad del cliente y medición de la calidad del servicio percibido por el cliente.
- Administración de las relaciones para generar clientes leales.
- Implementación de estrategias de mejora de la calidad de los servicios ofertados al cliente.

Esta asignatura le proporcionara al estudiante, la capacidad de planear, analizar, innovar en la toma de decisiones con los clientes, creando ventajas competitivas, a las organizaciones y sistemas de servicio.

Intención didáctica

Esta materia está organizada en 4 temas.

- En el tema I conocerá las generalidades del cliente y la importancia de generar y valorar el lograr un alto nivel de satisfacción y conocerá los modelos de calidad en el servicio, diseñará y aplicará un modelo de medición de la calidad del servicio percibida por el cliente para usar esta información en la identificación de oportunidades de mejora en el diseño del servicio ofertado.
- En el tema II conocerá estrategias de administración de la relación con el cliente que permitan identificar el perfil que se debe tener para atender a los clientes y así mismo generar su lealtad, mediante el desarrollo de indicadores para conocer la importancia de crear ventajas competitivas.
- En el tema III implementará estrategias de mejora de sistemas de la calidad de los servicios ofertados al cliente dentro de una organización

3. Participantes en el diseño y seguimiento curricular del programa.

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo octubre 2013.	Docentes integrantes de la académica de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo (ITSCH).	Diseño Curricular de la Especialidad para la carrera de Ingeniería industrial.
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo octubre 2016.	Docentes integrantes de la académica de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo (ITSCH).	Rediseño curricular de la especialidad para la Carrera de Ingeniería Industrial.
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo octubre 2019.	Docentes integrantes de la académica de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo (ITSCH).	Rediseño curricular de la especialidad para la Carrera de Ingeniería Industrial.
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo octubre 2022.	Docentes integrantes de la académica de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo (ITSCH).	Rediseño curricular de la especialidad para la Carrera de Ingeniería Industrial.
Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, junio 2024	Docentes integrantes de la academia de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo (ITSH)	Rediseño Curricular de las Especialidades para la Carrera de Ingeniería Industrial

4. Competencias a desarrollar

Competencia (s) específica (s)
<p>Medir y mejorar la calidad en los servicios con enfoque al cliente que permita generar valor para las organizaciones.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el perfil de los clientes y la importancia de considerarlo en el diseño de servicios y aplica un modelo de medición de la calidad en el servicio para identificar el valor percibido por el cliente. 2. Conoce las estrategias de administración de la relación con el cliente para generar su lealtad. 3. Implementa estrategias que permitan rediseñar los servicios para crear ventajas competitivas.

5. Competencias previas de otras asignaturas

Competencias previas	
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de fundamentos de investigación. • Conocimiento de logística y cadenas de suministro. • Capacidad de análisis de la gestión de los sistemas de calidad. • Habilidad para aplicación de Mercadotecnia. • Capacidad de análisis de Control de calidad. • Administración de la calidad. • Habilidad de análisis de procesos de negocios y reingeniería. 	

6. Temario

No.	Temas	Subtemas
1	ENFOQUE AL CLIENTE y CALIDAD EN EL SERVICIO	1.1. La importancia de la satisfacción y la lealtad del cliente. 1.2. Identificación de los clientes. 1.2.1. Segmentación de los clientes. 1.3 Net Promoter Score (NPS). 1.4. Calidad en el servicio. 1.5. Medición de la calidad en el servicio. 1.5.1. Índice Americano de Satisfacción del Cliente ACSI 1.5.2. Índice Europeo de Satisfacción del Cliente ECSI 1.5.3. Índice de Hong Kong de Satisfacción del Cliente HKCSI
2	ADMINISTRACIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE	2.1. Gestionar relaciones con el cliente. 2.2. Requisitos para tener contacto con los clientes. 2.3. Manejo eficaz de las quejas. 2.4. Servicio al cliente en Internet y CRM. 2.5. Estrategias para generar lealtad en los clientes. 2.6. Indicadores y estándares del servicio. 2.6.1 Definición de indicadores. 2.6.2 Definición de estándares
3	MEJORA DEL SERVICIO	3.1. El entorno del servicio. 3.1.1 Creación de ventajas competitivas. 3.2. Rediseño del servicio. 3.2.1 Retos del diseño. 3.2.2 Innovaciones en el servicio.

		<p>3.2.3 QFD la voz del cliente</p> <p>3.3. Implementación de estrategias de mejora.</p> <p>3.4. Evaluación de estrategias de mejora.</p>
--	--	---

7. Actividades de aprendizaje de los temas

ENFOQUE AL CLIENTE Y CALIDAD EN EL SERVICIO	
Competencia	Actividades de aprendizaje
<p>Específica (s)</p> <p>Identifica el perfil y la lealtad de los clientes así como la importancia de considerarlo en el diseño de servicios. Aplica un modelo de medición de la calidad en el servicio para identificar el valor percibido por el cliente.</p> <p>Genéricas:</p> <p>Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Capacidad crítica y autocrítica. Trabajo en equipo. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades de investigación. Capacidad de aprender. Habilidad para trabajar en forma autónoma. Búsqueda del logro. Capacidad de comunicarse con profesionales de otras áreas. Capacidad de trabajar en equipo multidisciplinario.</p>	<p>Investigar instrumentos para identificar el perfil del cliente</p> <p>Diseñar y aplicar una encuesta de segmentación de clientes para una empresa de servicios determinada y analizar los resultados.</p> <p>Medir el NPS de la organización.</p> <p>Investigar conceptos básicos de calidad en el servicio.</p> <p>Elaborar cuadro comparativo de los modelos para medición de la calidad del servicio.</p> <p>Diseña y aplica el cuestionario para medir la calidad en el servicio con el base en el modelo ACSI</p> <p>Identificar oportunidades de mejora en los indicadores.</p>

ADMINISTRACIÓN DE LA RELACIÓN CON EL CLIENTE	
Competencia	Actividades de aprendizaje
<p>Específica (s)</p> <p>Diseña estrategias de administración de la relación con el cliente para generar su lealtad.</p> <p>Genéricas:</p>	<p>Realizar investigación documental de los elementos que conforman los requisitos para tener contacto con los clientes.</p> <p>Realizar un inventario de las características deseadas de los empleados considerando el</p>

<p>Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Capacidad crítica y autocrítica. Trabajo en equipo. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). Capacidad para diseñar y gestionar proyectos. Búsqueda del logro.</p>	<p>sector servicios, tocantes a temas de liderazgo, motivación y comunicación.</p> <p>Investigar modelos de atención de quejas.</p> <p>Realizar estrategias para atender las quejas y reclamaciones en el servicio de la empresa elegida promoviendo el trabajo en equipo.</p> <p>Diseñar las estrategias para generar lealtad en la empresa elegida.</p>
---	---

MEJORA DEL SERVICIO	
Competencia	Actividades de aprendizaje
<p>Específica (s) Implementa estrategias que permitan rediseñar los servicios para crear ventajas competitivas.</p> <p>Genéricas: Capacidad de análisis y síntesis. Capacidad de organizar y planificar. Capacidad crítica y autocrítica. Trabajo en equipo. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad). Capacidad para diseñar y gestionar proyectos. Búsqueda del logro.</p>	<p>Investigar las estrategias para generar ventaja competitiva. Elaborar un QFD considerando los indicadores del modelo ACSI</p> <p>Definir indicadores y estándares para la calidad en los servicios.</p> <p>Implementar y evaluar estrategias de mejora y aplicar habilidades de liderazgo y comunicación efectiva con los diferentes actores relacionados a la empresa elegida.</p>

8. Prácticas

<ul style="list-style-type: none"> Realizar un proyecto aplicando la mejora de la calidad en los servicios en una organización de servicios de la región. Medir la calidad del servicio mediante el modelo ACSI en una organización de servicios de la región. Realizar un sistema preventivo de quejas y sugerencias de clientes y la validación de garantías. Definir a partir del análisis de una empresa de servicios o el servicio de una empresa estándares de servicio de calidad.

9. Proyecto de la asignatura

Realizar un proyecto donde el alumno mejore la calidad en el servicio en una empresa de la región, así como las características de atención.

10. Evaluación por competencias

- Presentar informes de investigación.
- Realizar exposiciones de aplicación de proyectos de rediseño de nuevos servicios.
- Aplicar modelo ACSI a un servicio de la región.

11. Fuentes de información

1. Blackwell, Roger D. y Stephan, Kristina. (2002). El cliente manda (estrategia para el éxito). Editorial Norma.
2. Evans, James R. y William M. Lindsay (2008). Administración y control de la calidad. 7a Edición. Cengage Learning.
3. Larrea, Pedro. (1991). Calidad de servicio del Marketing a la estrategia. Diaz de Santos S.A
4. Lovelock, Christopher y cols. (2011). Administración de servicios. Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. 2a. edición. Pearson Educación.
5. Lovelock, Christopher. (2004). Administración de Servicios. Estrategias de marketing operaciones y recursos humanos. Pearson Educación.
6. Rico, Rubén R. (1997). Total Customer Satisfacción. Ed. Macchi.