

**UNIVERSIDAD INTERAMERICANA DE PUERTO RICO
RECINTO METROPOLITANO
FACULTAD DE EMPRESAS
PROGRAMA DE MERCADEO**

PRONTUARIO

I. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Curso	:	Mercadeo de Servicios
Código y Número	:	MKTG 3237
Créditos	:	Tres (3)
Término Académico	:	
Profesor	:	
Lugar y Horas de Oficina	:	
Teléfono de la Oficina	:	
Correo Electrónico	:	

II. DESCRIPCIÓN:

Análisis de las variables contratables por la gerencia de mercadeo al ofrecimiento de servicios de consumo y de servicios industriales. Requisito: MKTG 2220.

III. OBJETIVOS

Se espera que, al finalizar el curso, el estudiante pueda:

1. Contrastar entre el mercadeo de bienes y el mercadeo de servicios.
2. Identificar las áreas de servicios de mayor crecimiento.
3. Desarrollar estrategias de mercadeo para servicios.
4. Aplicar las herramientas de mercadeo en servicios actuales y potenciales.

IV. CONTENIDO

A. Fundamentos en mercadeo de servicios

1. La importancia del mercado de servicio
2. Impacto del escenario ambiental en los servicios
3. Conceptos básicos de servicios
4. Psicología de comunicación
5. Calidad de Servicio

6. Servicio al cliente
7. Brechas en servicios

B. Tendencias del mercado de servicio

1. Cambios en los servicios
2. Servicios Especializados vs generales
3. Globalización
4. Satisfacción del cliente
5. Impacto de la tecnología

C. Planificación Estratégica de servicios

1. Producto
2. Precio
3. Distribución de servicios
4. Comunicación y promoción
5. Personas
6. Procesos
7. Evidencia física

D. Estrategias por categoría de servicio de acuerdo al mercado

1. Servicios públicos
2. Servicios privados
3. Servicios suplementarios

V. ACTIVIDADES

Esta es una lista de estrategias de enseñanza sugeridas para el curso:

1. Conferencias y discusión en clase.
2. Discusión de casos.
3. Preparación de una campaña de mercadeo de servicios.

VI. EVALUACIÓN

Debe incluirse el valor asignado a cada criterio de evaluación para determinar la Nota final en el curso.

	Puntuación	% de la Nota Final
3 Exámenes parciales	300	50
Examen final o evaluación equivalente	100	25
Pruebas cortas	100	15
Asignaciones	100	10
Total	600	100

VII. NOTAS ESPECIALES

A. SERVICIOS AUXILIARES O NECESIDADES ESPECIALES

Todo estudiante que requiera servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitar los mismos al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de que los necesita a través del registro correspondiente en la Oficina de Servicios para la Integración Universitaria ubicada en el Decanato de Estudiantes.

B. HONRADEZ, FRAUDE Y PLAGIO

La falta de honradez, el fraude, el plagio y cualquier otro comportamiento inadecuado con relación a la labor académica constituyen infracciones mayores sancionadas por el Reglamento General de Estudiantes. Las infracciones mayores, según dispone el Reglamento General de Estudiantes, pueden tener como consecuencia la suspensión de la Universidad por un tiempo definido mayor de un año o la expulsión permanente de la Universidad, entre otras sanciones.

C. USO DE DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS

Se desactivarán los teléfonos celulares y cualquier otro dispositivo electrónico que pudiese interrumpir los procesos de enseñanza y aprendizaje o alterar el ambiente conducente a la excelencia académica. Las situaciones apremiantes serán atendidas, según corresponda. Se prohíbe el manejo de dispositivos electrónicos que permitan acceder, almacenar o enviar datos durante evaluaciones o exámenes.

D. CUMPLIMIENTO CON LAS DISPOSICIONES DEL TÍTULO IX

La Ley de Educación Superior Federal, según enmendada, prohíbe el discrimen por razón de sexo en cualquier actividad académica, educativa, extracurricular, atlética o en cualquier otro programa o empleo, auspiciado o controlado por una institución de educación superior independientemente de que esta se realice dentro o fuera de los predios de la institución, si la institución recibe fondos federales.

Conforme dispone la reglamentación federal vigente, en nuestra unidad académica se ha designado un(a) Coordinador(a) Auxiliar de Título IX que brindará asistencia y orientación con relación a cualquier alegado incidente constitutivo de discrimen por sexo o género, acoso sexual o agresión sexual.

El Documento Normativo titulado **Normas y Procedimientos para Atender Alegadas Violaciones a las Disposiciones del Título IX** es el documento que contiene las reglas institucionales para canalizar cualquier querrela que se presente basada en este tipo de alegación. Este documento está disponible en el portal de la Universidad Interamericana

de Puerto Rico (www.inter.edu).

VIII. RECURSOS EDUCATIVOS

Libro de Texto

Wirtz, J. & Lovelock, J. (2022): *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (Nine Edition) World Scientific

Recursos Electrónicos

<http://cwx.prenhall.com/bookbind/pubbooks/berman3/>

www.ama.org

www.marketing.com

Base de datos Pro Quest

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bitner, M. , Gremler, D. & Zeithaml ,V. (2017): *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 7th Edition

Hoffman, K. and John E.G. Bateson (2016): *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases.*

Jochen Wirtz and Patricia Chew (2022): *Essentials of Services Marketing* 4th ed. Pearson.

Revistas

Business Week,
Harvard Business Review,
Marketing News, 1988-91.
Fortune

Revisado: abril/2019