



Universidad Nacional de Luján
REPUBLICA ARGENTINA



Nº DISPOSICION:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: Capacitación en Gestión de la Calidad en Servicios

Grupo de Trabajo (detalle de antecedentes de los instructores – formación profesional y/o laboral) Jorge Monticelli: Lic. En Administración, UNLU. Maestrando es Sociología económica, IDAES- UNSM. UNLU: JTP designado por concurso en la Materia Comercialización / Marketing UAI: Prof. Asociado designado por concurso en la Materia Comercialización. Wake Up Marketing, Coaching & Consulting. Consultor y capacitador.	Cantidad de Horas: 6 Teóricas: 4 Prácticas: 2
OBJETIVOS GENERALES: • Promover en los participantes la importancia de los conceptos de servicio y calidad. • Identificar los elementos que afectan a una correcta prestación de servicios. • Comprender que calidad significa cumplir con las expectativas de los usuarios • Promover acciones que permitan el desarrollo de una cultura de servicios basada en la calidad	
MODALIDAD: Presencial	
DESTINATARIOS: Personal No docente de la Universidad Nacional de Luján	
CANTIDAD MÁXIMA DE ALUMNOS: 20	
REQUISITOS PARA EL CURSADO:	
CANTIDAD DE ENCUENTROS: 3 encuentros de 2 hs.	
RECURSOS NECESARIOS: Salón equipado con cañón para proyecciones	

[Handwritten signatures and initials at the bottom of the page]

CONTENIDOS A DESARROLLAR:

Unidad 1

Concepto de servicio. El servicio como principio de base de la administración pública. Las redes de servicios. Componentes del servicio: los usuarios, el soporte físico, el personal de contacto, los servicios de base y periféricos, relaciones internas de los agentes que prestan el servicio, relaciones entre los usuarios del servicio en la comunidad universitaria. La cultura de servicio en la atención al público –ingresantes, alumnos, graduados y docentes- y en la relación con la estructura de personal no docente que conforma el equipo del servicio. El servicio como resultado del trabajo en equipo.

(Desarrollo y objetivos específicos)

Esta Unidad se desarrollará en el primer módulo

- Comprender el concepto de servicio.
- Identificar los elementos que intervienen en el proceso de prestación de servicios.

Unidad 2

La calidad en la prestación de servicios: concepto y definición de calidad; el problema de la prestación de un servicio de calidad en la Universidad. El concepto de calidad como una filosofía transformadora de la Universidad y del propio trabajo. Gestión de la calidad del servicio. Organización e implementación de la calidad del servicio. Calidad del servicio y en el servicio. Prestación de servicios de calidad. Expectativa de los usuarios, tanto internos –compañeros de trabajo- como externos –resto de la comunidad-. Modelos de gestión de la calidad.

(Desarrollo y objetivos específicos)

Esta Unidad se desarrollará en el segundo módulo

- Comprender el concepto de calidad en los servicios.
- Conocer los elementos para el desarrollo de la calidad en la prestación de servicios.

Unidad 3

Consideraciones acerca del usuario de servicios. Comportamiento del usuario y administración de la decisión. Qué es valioso para el usuario y que significa valioso para el que presta el servicio. Las diferentes expectativas del usuario, sea alumno, docente, graduado o no docente. Procesos de negociación en la prestación del servicio.

[Handwritten signatures and initials at the bottom of the page]

(Desarrollo y objetivos específicos)

Esta Unidad se desarrollará en el tercer módulo

- Comprender la interacción con los usuarios en la percepción de la calidad.
- Reconocer la importancia de las acciones desarrolladas como elementos claves de la prestación del servicio



FORMA DE EVALUACIÓN. (Desarrollo)

Presentación de un trabajo escrito al final del curso

BIBLIOGRAFIA

Eiglier, Pierre; Langerad, Eric. *"Servucción, El marketing de servicios"*. Madrid: Mc Graw Hill; 1989.

Albrecht, Karl. *"Servicio al cliente interno"*, 1ª edición. Bs. As.: Paidós; 1992.

Albrecht, Karl. *"La excelencia en el servicio"*. Colombia: Ed. Legis; 1991.

Camps, Jordi; Carrera, Albert. *"Servir al ciudadano. Gestión de la Calidad en la Administración Pública"*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000; 1995.

Chias, Joseph. *"Marketing Público. Por un gobierno y una Administración al servicio del público"*. Madrid: Mc. Graw Hill; 1995

Cobra, Marcos. *"Marketing de servicios"*. Colombia: Mc Graw Hill; 2000.

Withers, Jean; Viperman Carol. *"Marketing de servicios"*. Barcelona: Ediciones Granica S.A.; 1998