



# UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## Marketing de Servicios

*Este curso pertenece a la **Diplomatura en Marketing Integral** y se corresponde con el Módulo VI de la misma.*

### PRESENTACIÓN

La creación y desarrollo de un servicio tiene su particularidad respecto de un producto. En este curso/módulo abordaremos el mundo de los servicios para conocer cómo lograr diferenciación en el mercado. Los servicios representan las  $\frac{2}{3}$  partes del PBI de Argentina y es tendencia mundial la evolución de los mismos. Tanto en empresas, como en un emprendimiento o en el desarrollo profesional, podemos pensar en servicio. Aprenderemos cómo crear y diseñar un servicio y de qué manera generamos la conexión con nuestro target. Expectativas, Percepción y Satisfacción del Cliente son algunos de los conceptos a conocer y desarrollar para alcanzar una propuesta diferenciadora.

### OBJETIVOS

- Entender los aspectos fundamentales y básicos relacionados con el marketing de servicios.
- Destacar las tendencias y desarrollos más recientes en el ámbito del marketing de servicios.
- Conocer y comprender los fundamentos de la administración estratégica, táctica y administrativa de las empresas de servicios.
- Proveer a los participantes de los recursos necesarios para que puedan pensar en Servicio.
- Aprender a orientar nuestro negocio al cliente

### DESTINATARIOS

Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para proyectar o bien potenciar un negocio y/o emprendimiento.
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos en relación con las actividades comerciales y el mundo de los negocios.

### REQUISITOS DE PARTICIPACIÓN

No se requieren conocimientos previos de Marketing.

### DURACIÓN

10,5 horas distribuidas en 3 encuentros presenciales de 3,5 hs. Carga horaria semanal: 3,5 hs.

## TEMARIO

- ¿Qué es un servicio? Características. Mezcla ampliada del Marketing de Servicios: de las 4 P's a las 7 P's. Principales estrategias del Marketing de servicios. Triángulo del Marketing de servicios.
- Etapas del proceso de compra. Modelo de Brechas. Expectativas, Percepciones y satisfacción del cliente. La importancia del recurso humano en el desarrollo del servicio.

### CRONOGRAMA DE CLASES

**Clase 1:** Qué es el Marketing de Servicios. Introducción al mundo de los Servicios. Triángulo del marketing de Servicios. Mix de Marketing 7 P's.

**Clase 2:** Tangibilidad del Servicio. La Flor del Servicio. Etapas del Proceso de Compra. Encuentro del Servicio. Diseño.

**Clase 3:** Modelo de Brechas. Cultura del Servicio. La importancia del Recurso Humano en Servicios.

## DOCENTE / COORDINADORA

Lic. Andrea Del Grecco

## METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente sea nexo entre los contenidos teórico-prácticos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes.

Una de las premisas que regirá la cursada es la de tratar casos reales para su análisis, crítica y mejora. La idea es que, con la teoría como marco, el aula se convierta en un taller en el que se estimule la producción de contenidos creativos para proyectos personales o de empresas.

Durante los encuentros, que serán presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas y material audiovisual. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

## PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN – CERTIFICACIÓN

Los criterios y metodología de evaluación se basarán en prestar atención en la participación y feedback en clase de los alumnos. Se considerará también la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

Al final de cada curso/módulo el docente a cargo evaluará a los alumnos a través de una actividad integradora de cierre.

La sumatoria del desarrollo del Trabajo Práctico Final, las actividades integradoras del módulo y el 80% de asistencia al curso habilitarán al alumno a solicitar la certificación de la diplomatura.