MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES
GUÍA DOCENTE CURSO 2015-16

Titulación:	Grado en Administración y Dirección de Empresas					**201G**
Asignatura:	Marketing de servicios profesionales					**222**
Materia:	Marketing					
Módulo:	Fundamentos de empresa: marketing					
Modalidad de enseñanza de la titulación:	Presencial					
Carácter:	Optativa	**Curso:**	4	**Duración:**	Semestral	
Créditos ECTS:	6,00	**Horas presenciales:**	60,00	**Horas estimadas de trabajo autónomo:**	90,00	
Idiomas en que se imparte la asignatura:	Español					
Idiomas del material de lectura o audiovisual:	Español					

DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA

ECONOMÍA Y EMPRESA					**R104**
Dirección:	C/ La Cigüeña, 60			**Código postal:**	26004
Localidad:	Logroño			**Provincia:**	La Rioja
Teléfono:	941299382	**Fax:**	941299393	**Correo electrónico:**	

PROFESORADO PREVISTO

Profesor:	Sierra Murillo, María Yolanda				**Responsable de la asignatura**
Teléfono:	941299375	**Correo electrónico:**	yolanda.sierra@unirioja.es		
Despacho:	123A	**Edificio:**	EDIFICIO QUINTILIANO	**Tutorías:**	Consultar
Profesor:	Jiménez Galán, Eduardo Miguel				
Teléfono:	941299775	**Correo electrónico:**	eduardo.jimenez@unirioja.es		
Despacho:	100	**Edificio:**	EDIFICIO QUINTILIANO	**Tutorías:**	Consultar
Profesor:	Pelegrín Borondo, Julio Enrique				
Teléfono:	941299775	**Correo electrónico:**	julio-enrique.pelegrin@unirioja.es		
Despacho:	100	**Edificio:**	EDIFICIO QUINTILIANO	**Tutorías:**	Consultar

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS

Marketing de servicios ha sido estructurado en los siguientes epígrafes:
(a) Rasgos básicos específicos del marketing de servicios. El triángulo de marketing de servicios.
(b) Empresas de servicios profesionales:Concepto y Tipología. Restricciones legales al desarrollo de su marketing-mix.Caracteres diferenciadores de las empresas de servicos profesionales.
(c) Calidad percibida del servicio profesional.
(d) Marketing de relaciones para los servicios profesionales.
(e) Evidencia física y ambiente del servicio profesional.
(f) Desempeño y brechas en la prestación de servicios profesionales:su gestión comercial.

REQUISITOS PREVIOS DE CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS PARA PODER CURSAR CON ÉXITO LA ASIGNATURA

Recomendados para poder superar la asignatura.

Se aconseja haber cursado Fundamentos de Marketing, Marketing Operativo, Investigación comercial y Dirección y gestión de ventas, dado que los contenidos de estas asignaturas se aplican al ámbito específico de los servicios profesionales.

Asignaturas que proporcionan los conocimientos y competencias:

- Dirección y gestión de ventas
- Fundamentos de marketing
- Investigación comercial
- Marketing operativo

CONTEXTO

COMPETENCIAS

Competencias generales

CGIT1 - Capacidad de análisis y síntesis
CGIT2 - Capacidad de organización y planificación
CGIT3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa
CGIT4 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
CGIT5 - Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas
CGIT6 - Capacidad para la resolución de problemas
CGIP7 - Capacidad para trabajar en equipo
CGIP8 - Trabajo en un contexto internacional
CGIP9 - Habilidad en las relaciones interpersonales
CGIP10 - Capacidad crítica y autocrítica
CGIP11 - Compromiso ético
CGS12 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
CGS13 - Capacidad de aprendizaje autónomo
CGS14 – Creatividad

Competencias específicas

CE1 - Entender las instituciones y agentes económicos como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía
CE2 - Conocer la normativa que afecta a la gestión empresarial y al funcionamiento de los mercados
CE3 - Identificar las fuentes de información relevante y su contenido
CE4 - Derivar de los datos económicos y sociales información relevante para la toma de decisiones
CE5 - Gestionar y administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, principales integrantes del tejido empresarial más próximo, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades
CE6 - Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización: contabilidad, finanzas, marketing, recursos humanos y producción y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada
CE7 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados
CE8 - Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa
CE9 –Aplicar al análisis de los problemas empresariales criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Capacidad para poder desarrollar un plan de marketing
Capacidad para utilizar paquetes informáticos aplicados al ámbito de la gestión comercial y de marketing

TEMARIO

TEMA 1. EL TRIÁNGULO DEL MARKETIG DE SERVICIOS
1.1. El servicio y el servicio al cliente.
1.2. Marketing de servicios frente al Marketing de bienes.
1.3. Marketing externo, Marketing interno y Marketing interactivo.
1.4. Alineación de los lados del triángulo.
1.5. La mezcla ampliada del marketing en los servicios.
TEMA 2. CARACTERES DIFERENCIADORES DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PROFESIONALES
2.1. El concepto de servicios profesionales.
2.2. Tipología de servicios profesionales.
2.3. Características específicas de los servicios profesionales.
2.4. Las diferencias claves en el ámbito de las empresas de servicios profesionales.
TEMA 3. CALIDAD PERCIBIDA DEL SERVICIO PROFESIONAL
3.1. El concepto de calidad total.
3.2. Calidad percibida en los servicios profesionales.
3.3. Métodos de medición de calidad percibida del servicio profesional.
3.4. Factores que influyen en la percepción de calidad de los clientes de empresas de servicios profesionales.
TEMA 4. CONSTRUCCIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE
4.1. Marketing de relaciones
4.2. Valor del cliente a través del tiempo.
4.3. Principios de las estrategias de relación.
4.4. Estrategias de retención de los clientes.
TEMA 5. EVIDENCIA FÍSICA Y AMBIENTE DEL SERVICIO PROFESIONAL
5.1. ¿Qué es la evidencia física?
5.2. Papeles del ambiente del servicio profesional.
5.3. Los efectos del ambiente de servicio profesional
5.4. Directrices para la estrategia de las evidencias físicas.
TEMA 6. BRECHAS EN LA CALIDAD DEL SERVICIO PROFESIONAL

6.1. ¿Qué son las brechas en la calidad del servicio?
6.2. El cierre de las brechas en la calidad del servicio en los despachos profesionales
6.3. Papeles de los empleados de contacto.
6.4. Estrategias para cerrar la brecha referida a los empleados de contacto.
6.5. Cultura de servicio.

BIBLIOGRAFÍA

Tipo:	Título
Básica	ALCAIDE CASADO, J.C. - SORIANO SORIANO, C. (2006): Marketing de servicios profesionales. Guía para un Marketing eficaz en despachos y negocios profesionales. ESIC, Madrid. Absys Biba
Básica	KOTLER, P. - BLOOM, P. - HAYES, T. (2004): El Marketing de servicios profesionales. Paidós, Barcelona. Absys Biba
Básica	ZEITHAML, V.A. - BITNER, M.J. (2000): Marketing de Servicios. McGraw-Hill, Madrid. Segunda Edición. Absys Biba
Complementaria	VILLASECA MORALES, D.(2014): Innovación y marketing de servicios en la era digital. ESIC. Absys Biba
Complementaria	LOVELOCK, C. Y WIRTZ, J. (2009): Marketing de servicios : personal, tecnología y estrategia. 6ª Edición. Editorial PEARSON. Prentice Hall. Absys Biba
Recursos en Internet	

METODOLOGÍA

Modalidades organizativas

Clases teóricas
Clases prácticas
Estudio y trabajo en grupo
Estudio y trabajo autónomo individual

Métodos de enseñanza

Método expositivo - Lección magistral
Estudio de casos
Resolución de ejercicios y problemas

ORGANIZACIÓN

Actividades presenciales	Tamaño de grupo	Horas
- Clases prácticas de aula	Reducido	15,00
- Clases prácticas de laboratorio o aula informática	Reducido	5,00
- Clases teóricas	Grande	35,00
- Pruebas presenciales de evaluación	Grande	5,00
Total de horas presenciales		60,00

Trabajo autónomo del estudiante	Horas
- Estudio autónomo individual	40,00
- Otras actividades en grupo	3,00
- Preparación individual de las prácticas	5,00
- Preparación en grupo de trabajos, presentaciones (orales, debates, ...), actividades en biblioteca o similar	12,00
- Resolución individual de ejercicios, cuestiones u otros trabajos, actividades en biblioteca o similar. Se incluye el trabajo individual para los trabajos en grupo y prácticas.	30,00
Total de horas de trabajo autónomo	90,00
Total de horas	150,00

EVALUACIÓN

Sistemas de evaluación	Recuperable	No Recup.
Pruebas escritas	65%	
Técnicas de observación		10%
Trabajos y proyectos		25%

Total	100%

Comentarios

Prueba escrita.
Los estudiantes realizarán un examen final de la asignatura.

Trabajos y proyectos.
Los estudiantes realizarán un trabajo en grupo. Este trabajo deberá ser expuesto mediante presentación oral de los miembros del grupo.

Técnicas de observación
En este apartado los profesores observaran el esfuerzo y el comportamiento del estudiante (asistencia a clase, esfuerzo en el cumplimiento de las tareas encomendadas, comportamiento del alumno).

Criterios críticos para superar la asignatura

La asignatura se superará cuando la calificación global media de la asignatura sea igual o superior a 5 puntos.