Formato 3

**Actividad didáctica**

**Ejemplo texto:** <https://h5p.org/drag-the-words#example=61119>

**Ejemplo imagen:**

<https://h5p.org/drag-and-drop#example=63697>

<https://h5p.org/image-pairing#example=231678>

**Arrastrar y soltar – Mínimo 10 relaciones**

**Instrucciones para el aprendiz:** el objetivo de esta actividad es ayudarle a repasar los conocimientos adquiridos en este componente formativo. Se sugiere que antes de realizar esta actividad, haga la consulta y el estudio de los materiales formativos.

**Insumos para la construcción de la actividad**

**En esta actividad el estudiante puede arrastrar y soltar tanto texto como imagen.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Descripción** | **Respuesta** |
| 1. | Cualidad de los servicios por la que no es fácil contarlos, mesurar los, inventariarlos, y verificarlos o probarlos antes de entregarlos para asegurar su calidad. | Intangibilidad |
| 2. | A menudo su desempeño varía de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de tiempo a tiempo. | Heterogeneidad. |
| 3. | No son más que los solicitados (exigidos) claramente al proveedor, | Beneficios explícitos |
| 4. | Son aquellos que no se mencionan durante las negociaciones, pero sí se requieren en la evaluación final. | Beneficios implícitos |
| 5. | Presencia física del cliente con el sistema. | Contacto con el cliente |
| 6. | Se refiere al proceso laboral que se realiza para proveer el servicio en sí. | Creación del servicio |
| 7. | Porcentaje de tiempo que el cliente debe estar en el sistema en comparación con el tiempo total que toma prestar el servicio al cliente. | Grado de contacto |
| 8. | Únicos, adaptados al cliente, elevado grado de contacto, se dedica mucho tiempo al proceso, mayor énfasis en el proceso (cómo se realiza), valor añadido: se genera en Front Office (después del proceso), se basa en personal altamente calificado. | Servicios Profesionales |
| 9. | Altamente estandarizados, escaso grado de contacto, mayor énfasis en el producto (qué es lo que se entrega), valor añadido; se genera en el Back Office (en el propio contacto), se basa en personal poco calificado, alta división de tareas, así como en inversiones en equipos. | Servicios en masas |
| 10. | Cuentan con un nivel de estandarización mínimo, alto grado de contacto y personalización, se genera valor añadido en el Back Office y en el Front Office se basa en personal calificado e inversión en equipos. | Talleres de servicios: |

Formato 4

**Actividad didáctica**

**Ejemplo:** <https://h5p.org/fill-in-the-blanks#example=63731>

**Rellenar los espacios en blanco – Mínimo 12 palabras**

**Instrucciones para el aprendiz:** el objetivo de esta actividad es ayudarle a repasar los conocimientos adquiridos en este componente formativo. Se sugiere que antes de realizar esta actividad, haga la consulta y el estudio de los materiales formativos.

**Insumos para la construcción de la actividad**

**Ejemplo**

|  |
| --- |
| **Definiciones** |
| Es un esquema que integra los momentos clave de los negocios y pone al cliente como centro de la estrategia. Este fue creado por Karl Albrecht en los años ochenta, su esquema integra momentos claves de un negocio para mejorar las experiencias con los clientes. Se concibe el servicio como un todo que, de forma de encadenamiento, actúa alrededor del cliente. |
| Un momento de verdad se considera como los determinantes para la satisfacción del consumidor y la calidad de su experiencia con la marca de la empresa. Estos momentos son ocasiones importantes, que logran impactar de forma directa la experiencia de los clientes o usuarios. En otras palabras, hace referencia a todas las ocasiones en las que el cliente entra en contacto con la empresa y logra formar una opinión sobre la calidad de sus productos o servicios. Es por esta razón que deben tener una gestión sensible y cuidadosa. |