

UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE ASIGNATURA

Asignatura: Comercialización II.		Sigla: ICO-012A	Fecha de aprobación Pendiente.		
Créditos SCT: 6.	Prerrequisitos: Comercialización I (aprobado).	Examen: No.	Unidad Académica que la imparte: Pendiente.		
Cátedra: 1,6 horas cronológicas semanales.	Ayudantía: 0.	Taller en Sala: 1,6 horas cronológicas semanales.	Semestre en que se dicta		
			Impar 3°.	Par	Ambos
Eje formativo: Ciencias Sociales.					
Tiempo total de dedicación a la asignatura: 154,9 horas cronológicas.					

Descripción de la Asignatura

En esta asignatura, los estudiantes adquirirán los conocimientos que les permitirán conocer, identificar y aplicar los conocimientos teóricos relativos al servicio y atención relacional con el cliente. Además, se desarrollarán habilidades necesarias que permitan ofrecer respuestas a los problemas operativos de marketing de servicios.

Requisitos de entrada

Dominar conceptos básicos de economía y comercialización.

Contribución al perfil de egreso

- **CEE4:** Asistir en las alternativas de solución a las dificultades que surjan en la negociación con clientes y proveedores tanto internos como externos considerando aspectos comerciales.

Resultados de Aprendizaje

- Rda.1 Define marketing de servicio asociado a la naturaleza y ámbito de aplicación en la administración directa con el cliente.
- Rda.2 Identifica herramientas necesarias del marketing de servicio para elevar el potencial empresarial en los ámbitos de competitividad, rentabilidad y posicionamiento.
- Rda.3 Aplica estrategias de servicios, precios, distribución y promoción en distintos tipos de organizaciones empresariales.
- Rda.4 Identifica los aspectos relevantes acerca de la importancia del marketing digital para empresas públicas, privadas, emprendimientos y proyectos.
- Rda.5 Confecciona planes para la administración de redes sociales y ejecución de planes de marketing digital.

Contenidos temáticos

- UT1 Fundamentos de marketing de servicios.
- UT2 Herramientas y actividades del marketing de servicios.
- UT3 Estrategias de servicio y acciones orientadas al cliente.
- UT4 Cultura y clasificación de servicios y estrategias de marketing operativo.
- UT5 Instrumentos del marketing online para la retención y fidelización de clientes. Marketing en Redes Sociales.
- UT6 El fenómeno de las redes y comunidades virtuales.

Metodología de enseñanza y aprendizaje

- Clases expositivas.
- Aprendizaje basado en el estudio de casos prácticos.



UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA
TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE ASIGNATURA

Evaluación y calificación de la asignatura (Ajustado a Reglamento Institucional-Rglto. N°1)

Requisitos de aprobación y calificación	Evaluación: Certamen 1: 25%. Certamen 2: 25%. Certamen 3: 25%. Casos prácticos: 25%.
---	---

Recursos para el aprendizaje

- Apuntes y presentaciones de la asignatura
- Material complementario: guías, pautas de trabajos, entre otros.

Bibliografía:

Texto Guía	- Pedro Larrea Angulo. (1991) "Calidad de servicio; del marketing a la estrategia". Ediciones Díaz de Santos S.A.
Complementaria u opcional	- Valaire A. Zeithaml y Mary Jo Bitner. (2002). Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa. México. Editorial: Mc Graw Hill. - Philip Kotler, Paul Bloom y Thomas Hayes (2002). El Marketing de servicios profesionales. Ediciones: Paidós Ibérica, S.A.

Cálculo de cantidad de horas de dedicación- (SCT-Chile) cuadro resumen de la asignatura

ACTIVIDAD	Distribución		
	N° de horas cronológicas semanales de dedicación	N° de semanas	N° de horas cronológicas totales de dedicación
PRESENCIAL			
Cátedra o Clases teóricas	1,6	14	21,8
Taller en Sala	1,6	14	21,8
Visitas industriales (de Campo)			
Laboratorios / Sala de PC			
Evaluaciones (certámenes, otros)	3,1	3	9,3
Metodología de trabajo activo			
TOTAL, HORAS CRONOLÓGICAS PRESENCIAL (P)			52,9
NO PRESENCIAL			
Ayudantía			
Tareas obligatorias	3,5	12	42,0
Estudio Personal (Individual o grupal)	4	15	60,0
Otras (Especificar)			
TOTAL, HORAS CRONOLÓGICAS NO PRESENCIAL (NP)			102,0
TOTAL, HORAS CRONOLÓGICAS (P+NP)			154,9
SCT			5,7

