

<b>NOMBRE DEL CURSO</b>	<b>MARKETING DE SERVICIO</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL CURSO</b>	La asignatura pretende que el alumno sea capaz de aplicar distintas herramientas con las que cuenta el marketing de servicios al momento de que las organizaciones se relacionen con sus clientes. Por medio de una metodología de aplicación conceptual a casos reales se relevarán las distintas herramientas de gestión del marketing de servicios.
<b>OBJETIVOS</b>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Comprender los conceptos y prácticas que componen el marketing de servicios para gestionar de manera eficiente la relación entre organización y cliente.</li> </ul> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analizar los fundamentos relevantes del marketing de servicios.</li> <li>▪ Examinar los componentes más notables de la relación entre organización y cliente.</li> </ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<p><b>CONTENIDO GENERAL:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calidad de Servicios</li> <li>▪ Expectativas de Cliente</li> <li>▪ Relaciones con los Clientes</li> <li>▪ Estándares de Servicios definidos por los Clientes</li> <li>▪ Evidencia Física y Ambiente de Servicio</li> <li>▪ Función de los colaboradores en la entrega del Servicio</li> </ul>