

Asignatura: CALIDAD Y SERVICIO AL CLIENTE

600IND

Semestre: 6° Enero-Junio 2024**Docente:** Fernando Olaeta Aramendía**Martes 19:00** - 214 MM**Jueves 19:00** - 214 MM**Viernes 19:00** - 214 MM

INFORMACIÓN DE LA ASIGNATURA

CLAVE: PC040213

LÍNEA CURRICULAR: Sistemas y Producción

Descripción

Tendremos un espacio de aprendizaje-enseñanza en el que construiremos entre todos una vinculación entre calidad y mejora continua del servicio para una óptima operación de procesos de producción de bienes y servicios.

En esta asignatura aprenderemos, con un enfoque centrado en el cliente, a crear una cultura de calidad y excelencia en el producto o en el servicio que ofrezcamos. La mejora continua la aprovecharemos como principio fundamental de esta cultura a través de metodologías específicas. Veremos la importancia del compromiso y empoderamiento de los colaboradores de una empresa para el logro de los objetivos junto con la comunicación y retroalimentación de los clientes. también, aprenderemos sobre la medición y uso de indicadores de desempeño para evaluar lo realizado y su constante mejora.

Al adoptar un enfoque centrado en el cliente, fomentar la mejora continua, involucrar y empoderar a los empleados, garantizar una comunicación clara e implementar medidas de aseguramiento de la calidad, las organizaciones pueden satisfacer las expectativas de los clientes y construir lealtad a largo plazo. Al abrazar estos principios se crea una base sólida para brindar un servicio al cliente excepcional y lograr un éxito sostenible en el mercado altamente competitivo de hoy en día.

Objetivos

Al término del curso, el estudiante será capaz de:

- Explicar los principios fundamentales de la cultura de calidad que contribuyen a la óptima operación de procesos de producción de bienes y servicios.
 - Determinar las características e importancia del servicio al cliente, la calidad en el servicio y los procesos de mejora continua para la satisfacción del mismo.
-

Capacidades y habilidades que desarrollar

- Aplicación de herramientas de calidad, así como para el análisis de procesos de mejora continua que incluyan análisis de casos en los que se haya aplicado principios de calidad y propuestas de solución a problemas reales o simulados sobre el establecimiento de estrategias para la implantación de planes de control de calidad.
 - Valoración de la importancia de la cultura de calidad en los procesos de producción de bienes y servicios.
 - Desarrollo de una visión sistémica de una organización industrial.
-

Prerrequisitos

Materias de quinto semestre

Temario

I. ASPECTOS GENERALES SOBRE LA CULTURA DE CALIDAD

- i. Antecedentes y cultura de calidad.
- ii. Principales filosofías de calidad.
- iii. Costos de calidad: prevención; evaluación; falla interna; falla externa; costos ocultos.
- iv. Herramientas de calidad: diagrama de Ishikawa; hoja de verificación; gráfico de control; histograma; diagrama de Pareto; diagrama de dispersión; análisis por estratificación; tormenta de ideas; matriz de prioridades; encuestas; entrevistas; diagrama de flujo y diagrama de Gantt.

II. SERVICIO AL CLIENTE

- i. Conceptos: cliente; calidad; servicio; expectativa; percepción y satisfacción.

- ii. Clasificación de los clientes: comportamientos y personalidades.
- iii. La importancia del servicio en las organizaciones.
- iv. Características y funciones del servicio.
- v. Componentes y clasificación de los servicios: tangibles e intangibles.
- vi. Dimensiones y estrategias del servicio.
- vii. El ciclo de servicio.
- viii. Personal de contacto: perfil; responsabilidades y actitudes.
- ix. Diferencia entre atención y servicio al cliente.
- x. Captación de nuevos clientes.

III. CALIDAD EN EL SERVICIO

- i. Calidad Interna y calidad externa.
- ii. Capacitación: estandarización de sistemas y procedimientos.
- iii. Trabajo en equipo.
- iv. Actitud y empatía.
- v. Comunicación efectiva: verbal; proactiva; preventiva; predictiva y productiva.
- vi. Atención vía telefónica: internet y soporte técnico.
- vii. Técnicas de negociación.
- viii. Manejo de quejas y conflictos.
- ix. Herramientas para medir la satisfacción del cliente,
- x. La lealtad del cliente.
- xi. Herramientas para medir la lealtad del cliente.
- xii. Costos del mal servicio.
- xiii. Norma ISO 10002:2004

IV. MEJORA CONTINUA DEL SERVICIO

- i. Customer Relationship Managment (CRM)
- ii. Six Sigma.
- iii. Balanced Scorecard
- iv. Ventaja competitiva Kaizen.
- v. Círculos de Calidad
- vi. Ocho disciplinas para la resolución de problemas

Construcción de la calificación final

- Exposición de Clase.....25%
- Reporte de Visitas.....25%
- 1ª Evaluación.....25%
- 2ª Evaluación.....25%
- TOTAL: 100%

Fechas importantes

- 1 de Marzo: 1a VISITA al Hospital Angeles México
- 15 de Marzo: 1º Evaluación
- 19, 21 y 22 de Marzo: Jornadas de Ingeniería
- 25 de mar al 7 abr: Vacaciones Semana Santa y Pascua
- 3 de Mayo: 2a VISITA al Hospital Angeles México
- 10 de Mayo: Asueto
- 28 de Mayo: 2º Evaluación

De la asistencia y puntualidad

- 80% de asistencia activa y positiva (9 faltas)
- Puntualidad (10 min tolerancia)

Del comportamiento en clase

El comportamiento y el respeto en una clase universitaria es de suma importancia para crear un ambiente de aprendizaje positivo y efectivo.

Para lograrlo, las personas deben demostrar una serie de comportamientos apropiados y respetuosos. En primer lugar, es esencial que los estudiantes lleguen puntualmente a clase y estén preparados con los materiales necesarios. Esto muestra respeto hacia el profesor y hacia sus compañeros, ya que permite que la clase comience sin retrasos y evita interrupciones innecesarias. Además, es fundamental que los estudiantes

participen activamente en las discusiones y actividades de la clase. Esto implica escuchar atentamente a los demás, respetar las opiniones diferentes y expresar las propias de manera respetuosa y constructiva.

El respeto hacia los demás puntos de vista fomenta el intercambio de ideas y enriquece el aprendizaje colectivo. Asimismo, es importante mantener un ambiente de respeto y tolerancia hacia todos los miembros de la clase, independientemente de su género, raza, religión u orientación sexual. Se deben evitar comentarios ofensivos o discriminatorios que puedan afectar a otros compañeros y crear un ambiente hostil.

Por último, es esencial mostrar respeto hacia el profesor, siguiendo sus instrucciones y demostrando interés y compromiso con el contenido del curso. Esto implica evitar distracciones como el uso de teléfonos móviles o la conversación con otros compañeros durante la clase.

De los exámenes

Son obligatorios, individuales e inamovibles.

De las tareas, prácticas y exposiciones

"Exposición de clase" se refiere a participar activa y respetuosamente en todo momento, tanto en las exposiciones individuales como en las grupales o por equipos. Se debe contribuir con soluciones basadas en evidencia científica, documentada y probada a través de alguna herramienta aprendida en clase.

Trabajos de investigación

Siempre se deberá de contar con lecturas, mediciones y evidencias que sustenten una participación, tarea o investigación.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Kaoru Ishikawa (2003) *¿Qué es el control total de calidad? La modalidad japonesa*. México: Grupo Editorial Norma
- Equipo Vértice (2012), *La calidad en el servicio al cliente*. México: Vértice
- Evans, J.R. (2011) *Quality & Performance excellence*. USA: John Wiley & Sons
- Goetsch, D. L. y D. Stanley (2010) *Quality management for organizational excellence*. USA: CENGAGE
- Cantú Delgado, H. (2011) *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw Hill
- Muller, E. (1999) *Cultura de Calidad de servicio*. México: Trillas
- Taylor, G. M. (2009) *Lean six sigma service excellence*. USA: The Performance Management Group.