


### ASIGNATURA DE SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

<b>1. Competencias</b>	Gestionar los servicios de posventa automotriz, mediante el uso de estrategias de atención al cliente, indicadores de satisfacción, políticas, y procedimientos administrativos establecidos, para contribuir a la rentabilidad de la organización.
<b>2. Cuatrimestre</b>	Quinto
<b>3. Horas Teóricas</b>	25
<b>4. Horas Prácticas</b>	80
<b>5. Horas Totales</b>	105
<b>6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre</b>	7
<b>7. Objetivo de Aprendizaje</b>	El alumno administrará las relaciones con clientes en el servicio posventa, empleando técnicas y tácticas de manejo de conflictos así como uso de software especializado, para contribuir a la fidelización.

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
<b>I. Servicio posventa automotriz</b>	8	22	30
<b>II. Manejo de conflictos e incidencias de clientes</b>	9	21	30
<b>III. Sistemas de Gestión Comercial (CRM) orientado al cliente</b>	8	37	45
<b>Totales</b>	<b>25</b>	<b>80</b>	<b>105</b>


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II


### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>I. Servicio posventa automotriz</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	22
<b>4. Horas Totales</b>	30
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno gestionará servicios posventa automotriz para eficientar los procesos de atención al cliente.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción al servicio posventa automotriz	Explicar el concepto de servicio posventa automotriz.  Explicar la importancia del servicio posventa automotriz.		Objetivo Analítico Organizado Responsable
Proceso del servicio posventa automotriz	Describir las etapas del proceso del servicio posventa automotriz y la estructura de sus formatos: - Cita por parte del cliente - Preparación del servicio - Recepción del cliente - Reparación de la unidad - Revisión final de calidad - Facturación - Entrega y bitácora de la unidad - Seguimiento	Realizar citas con clientes.  Planear servicios en el área de taller.  Recibir clientes aplicando protocolos de atención.  Transferir unidades al taller de servicio.  Recibir unidades y bitácora del taller.  Realizar seguimiento de satisfacción del servicio.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Ético Responsable Trabajo en equipo Habilidad de comunicarse correctamente Capacidad de toma de decisiones

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


<b>Temas</b>	<b>Saber</b>	<b>Saber hacer</b>	<b>Ser</b>
Actividades del servicio posventa automotriz	Identificar las actividades del servicio posventa automotriz y su proceso de ejecución: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantías</li> <li>- Mantenimiento</li> <li>- Atención a quejas y sugerencias</li> <li>- Retiro de productos del mercado</li> <li>- Prospección de venta</li> </ul>	Requisitar formatos para validar garantías del servicio automotriz.  Asesorar a clientes en relación a los servicios de mantenimiento.  Atender clientes con respecto a quejas y sugerencias del servicio.  Requisitar formatos para sustitución de piezas de la unidad.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable Trabajo en equipo Ético
Tipos de servicio posventa automotriz	Describir los tipos de servicio posventa automotriz: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicios técnicos a los productos: instalación, mantenimiento y reparaciones</li> <li>- Servicio al cliente: adiestramiento para el uso y manejo de quejas</li> </ul>	Gestionar servicios posventa que se ofrecen al cliente.	Sistemático Proactivo Analítico Organizado Honesto Responsable Trabajo en equipo Asertivo Ético

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una práctica de servicio posventa automotriz, elaborar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso del servicio posventa automotriz</li> <li>- Descripción de actividades del servicio posventa: Garantías, mantenimiento, atención a quejas y sugerencias, retiro de productos del mercado y prospección de venta</li> <li>- Tipo de servicio y su justificación</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto e importancia del servicio posventa automotriz.</li> <li>2. Analizar el proceso de servicio posventa automotriz.</li> <li>3. Identificar las actividades del servicio posventa automotriz y su proceso de ejecución.</li> <li>4. Distinguir los tipos de servicio posventa automotriz.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Equipos colaborativos Simulación	Pintarrón Proyector Videos Revistas del sector automotriz Impresos Internet Autos

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	X	


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II


### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>II. Manejo de conflictos e incidencias de clientes</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	9
<b>3. Horas Prácticas</b>	21
<b>4. Horas Totales</b>	30
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno manejará conflictos que se presenten en el servicio posventa automotriz para mantener una relación permanente con el cliente.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tipos de clientes	<p>Identificar los tipos de clientes en el sector automotriz, características y recomendaciones para su trato:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Activos</li> <li>- De compra frecuente, promedio y ocasional</li> <li>- De alto promedio y bajo volumen de compras</li> <li>- Complacidos,</li> <li>- satisfechos e</li> <li>- insatisfechos</li> <li>- Influyentes</li> </ul> <p>Identificar los tipos de personalidad de los clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ansioso</li> <li>- Indiferente</li> <li>- Negativo</li> <li>- De poco tiempo</li> <li>- Meticuloso</li> <li>- Mal humor</li> <li>- Impuntual</li> <li>- Silencioso</li> <li>- Superestrella</li> <li>- Mala suerte</li> <li>- - Negociador</li> </ul>	<p>Detectar clientes de acuerdo a sus características.</p> <p>Detectar clientes de acuerdo a su personalidad.</p>	<p>Observador</p> <p>Analítico</p> <p>Empático</p> <p>Habilidad para comunicarse correctamente</p> <p>Asertivo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Técnicas para el manejo de conflictos e incidencias	Describir las técnicas para el manejo de conflictos e incidencias: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Colaboración</li> <li>- Competencia</li> <li>- Comprometerse</li> <li>- Retiro</li> <li>- Suavizado</li> </ul>	Manejar conflictos utilizando técnicas acordes a la situación.	Observador Analítico Empático Habilidad para comunicarse correctamente Asertivo
Tácticas de manejo de conflictos	Describir las tácticas para el manejo de conflictos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plantear alternativas</li> <li>- Usar poder de posición</li> <li>- Emplear conductas de complacencia</li> <li>- Abandonar física o psicológicamente el conflicto</li> <li>- Reducir las diferencias</li> </ul>	Manejar conflictos empleando tácticas acordes a la situación.	Observador Analítico Empático Habilidad para comunicarse correctamente Asertivo

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de una simulación de un caso de servicio posventa automotriz, elaborar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de clientes de acuerdo a sus características</li> <li>- Descripción de la personalidad del cliente</li> <li>- Técnicas y tácticas para manejar conflictos y su justificación</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los tipos de clientes en el sector automotriz, características y recomendaciones.</li> <li>2. Distinguir los tipos de personalidad de los clientes.</li> <li>3. Comprender las técnicas para el manejo de conflictos e incidencias.</li> <li>4. Comprender las tácticas para el manejo de conflictos.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	




## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Simulación Equipos colaborativos	Pintarrón Proyector Videos Revistas del sector automotriz Impresos Internet Cámara Géssell

### ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II


### UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>1. Unidad de Aprendizaje</b>	<b>III. Sistemas de Gestión Comercial (CRM) orientado al cliente</b>
<b>2. Horas Teóricas</b>	8
<b>3. Horas Prácticas</b>	37
<b>4. Horas Totales</b>	45
<b>5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje</b>	El alumno propondrá programas de fidelización de clientes para generar lealtad a la marca.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Administración de relaciones con clientes	<p>Explicar el concepto e importancia de un programa de administración de relaciones con los clientes (CRM).</p> <p>Identificar la información para la integración de un sistema de administración de relación con los clientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Preferencias del cliente</li> <li>- Transacciones realizadas</li> <li>- Antecedentes de problemas del servicio.</li> </ul> <p>Explicar el funcionamiento del software para administración de relaciones con clientes</p>		<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p> <p>Trabajo en equipo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Aplicaciones del CRM	<p>Identificar las aplicaciones del CRM dentro del área de servicio posventa automotriz:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recolección de datos de los clientes</li> <li>- Análisis de datos</li> <li>- Automatización de la fuerza de ventas</li> <li>- Automatización de la mercadotecnia</li> <li>- Automatización del centro de atención a clientes</li> </ul>	<p>Integrar información de clientes.</p> <p>Tomar decisiones para ofrecer servicios posventa automotriz.</p>	<p>Sistemático</p> <p>Proactivo</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p> <p>Honesto</p> <p>Responsable</p> <p>Trabajo en equipo</p>
Programas de Fidelización de Clientes	<p>Explicar el concepto e importancia de los programas de fidelización.</p> <p>Describir los tipos de programas de fidelización, sus características y funcionamiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De recompensas</li> <li>- De servicios exclusivos</li> <li>- De invitación a eventos</li> </ul>	<p>Proponer programas de fidelización.</p>	<p>Analítico</p> <p>Objetivo</p> <p>Empático</p> <p>Organizado</p> <p>Ético</p> <p>Responsable</p> <p>Asertivo</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso práctico de servicio posventa automotriz, utilizar el software de CRM y elaborar un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Propuesta de programa de fidelización</li> <li>- Documentos de seguimiento de clientes empleando el software para CRM</li> <li>- Conclusiones</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el concepto e importancia del CRM.</li> <li>2. Comprender el funcionamiento del software para administración de relaciones con clientes.</li> <li>3. Identificar las aplicaciones del CRM.</li> <li>4. Identificar el concepto, tipos de programas de fidelización de clientes, sus características y funcionamiento.</li> </ol>	<p>Estudio de casos</p> <p>Rúbrica</p>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	


## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Práctica en laboratorio Aprendizaje auxiliado por las tecnologías de la información Ejercicios prácticos	Pintarrón Proyector Videos Impresos Internet Software CRM

### ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
	x	

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA


Capacidad	Criterios de Desempeño
Formular estrategias de retención de clientes del mercado automotriz mediante programas de estímulos y promociones para mantenerlos cautivos.	Elabora un plan de retención de clientes que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo</li> <li>- Metas</li> <li>- Estrategias de retención</li> <li>- Presupuesto</li> <li>- Programa de Estímulos y promociones</li> <li>- Calendarización de actividades</li> </ul>
Diagnosticar el grado de satisfacción del cliente haciendo uso de métodos y herramientas de seguimiento y medición, para determinar las oportunidades de mejora en el servicio posventa automotriz.	Elabora un reporte que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivo</li> <li>- Muestra</li> <li>- Instrumentos para recolección de información</li> <li>- Análisis e Interpretación de Resultados</li> <li>- Conclusiones y Recomendaciones</li> </ul>
Proponer estrategias de atención, seguimiento y servicio al cliente del mercado automotriz a partir de los resultados del diagnóstico y el uso de matrices de planeación para mantener la satisfacción del cliente.	Elabora un programa de atención y seguimiento que contenga: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos</li> <li>- Metas</li> <li>- Estrategias de atención</li> <li>- Estrategias de seguimiento</li> <li>- Estrategias de servicio al cliente</li> <li>- Presupuesto</li> <li>- Cronograma de Actividades</li> </ul>
Valorar la cartera de clientes con base en los reportes de venta de bienes y servicios automotrices, indicadores de desempeño y herramientas estadísticas para identificar oportunidades de venta.	Elabora un informe de cartera de clientes que incluya: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Indicadores de Venta de Productos</li> <li>- Indicadores de Venta de Servicios</li> <li>- Análisis Estadístico</li> <li>- Clasificación de los clientes</li> <li>- Conclusiones y Recomendaciones</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	

## SERVICIO POSVENTA AUTOMOTRIZ II

### FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
García Crespo, Gemma-Isabel	(2014)	<i>Estrategias para fidelizar clientes</i>	Ciudad de México	México	DB Autopublishing ISBN: 9788415947301
García Gómez, Blanca Gutiérrez Arranz, Ana María	(2013)	<i>Marketing de Fidelización</i>	Ciudad de México	México	Ediciones Pirámide ISBN: 9788436829549
Ornelas Pureco, Martín Carlos	(2015)	<i>Administración de Centros de Servicio Automovilístico</i>	Cd. de México	México	Trillas ISBN: 9786071725165
Christopher H. Lovelock / Jochen Wirtz	(2015)	<i>Marketing de Servicios</i>	Cd. de México	México	Pearson ISBN: 9786073229326
Kotler, Phlipp	(2016)	<i>Fundamentos de Marketing</i>	Cd. de México	México	Pearson Educación ISBN 9786073238458
Torillo Medrano, Blas	(2010)	<i>La fuerza de ventas en el servicio posventa: estrategia y desarrollo</i>	Ciudad de México	México	Trillas ISBN: 9786071704733
Zikmund, William G. y Mcleod, Raymond	(2012)	CRM Administración de relaciones con los clientes	Cd. De México	México	CECSA ISBN 9702406501

<b>ELABORÓ:</b>	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Servicios Posventa Automotriz	<b>REVISÓ:</b>	Dirección Académica	
<b>APROBÓ:</b>	C. G. U. T. y P.	<b>FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:</b>	Septiembre de 2017	