


ASIGNATURA DE CALIDAD

1. Competencias	Administrar el proceso de comercialización de productos y servicios a partir del diagnóstico de mercado, estrategias de venta y herramientas administrativas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente, para contribuir a la competitividad y posicionamiento nacional e internacional de la organización.
2. Cuatrimestre	Tercero
3. Horas Teóricas	19
4. Horas Prácticas	41
5. Horas Totales	60
6. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	4
7. Objetivo de Aprendizaje	El alumno elaborará propuestas de estandarización y mejora continua de los servicios del área comercial, haciendo uso de herramientas de medición y normas ISO, para contribuir a la satisfacción del cliente y competitividad de la empresa

Unidades de Aprendizaje	Horas		
	Teóricas	Prácticas	Totales
I. Introducción a la Calidad	5	0	5
II. Administración por procesos	6	37	43
III. Mejora continua	8	4	12
Totales	19	41	60


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	I. Introducción a la Calidad
2. Horas Teóricas	5
3. Horas Prácticas	0
4. Horas Totales	5
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno distinguirá la importancia de la calidad para contextualizarlo en la prestación del servicio al cliente.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Conceptos básicos	<p>Describir los conceptos de calidad, calidad del producto, calidad en el servicio, ventaja competitiva, eficiencia, eficacia, competitividad y mejora continua.</p> <p>Comprender la importancia de la calidad como una ventaja competitiva de las organizaciones.</p>		<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Organizado</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Filósofos de calidad	Identificar las aportaciones de los filósofos de la calidad propuestas por: <ul style="list-style-type: none"> - Deming - Jurán - Feigebaum - Crosby - Peters - Möller - Ishikawa - Shingo - Imai - Taguchi Diferenciar las aportaciones de los filósofos relacionados con el área comercial.		Disciplinado Analítico Organizado

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
Elaborar un mapa mental que contenga: - Conceptos básicos de calidad - Importancia de la calidad como ventaja competitiva - Aportaciones de los filósofos de la calidad	1. Comprender los conceptos básicos de calidad. 2. Comprender la importancia de la calidad como ventaja competitiva. 3. Analizar las aportaciones de los filósofos de la calidad.	Ensayo Lista de cotejo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


CALIDAD


PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Realización de trabajos de investigación Discusión en grupo Lluvia de ideas	Equipo de cómputo Video proyector Internet Impresos Pintarrón

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	II. Administración por Procesos
2. Horas Teóricas	6
3. Horas Prácticas	37
4. Horas Totales	43
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno establecerá procesos para estandarizar los servicios del área comercial.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Mapeo de procesos	<p>Explicar el concepto de proceso, mapeo de procesos y su metodología.</p> <p>Identificar el concepto de diagrama de flujo y su simbología.</p> <p>Describir el concepto de procedimientos y los elementos para documentarlos.</p>	<p>Realizar mapeo de procesos de servicio en el área de comercialización.</p> <p>Documentar procedimientos.</p>	<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Uso de razonamiento</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Sistemático</p>
Indicadores	<p>Explicar los conceptos de eficiencia, eficacia y administración de procesos.</p> <p>Describir el concepto, características y variables de indicadores.</p>	<p>Formular indicadores.</p> <p>Interpretar indicadores de desempeño del área comercial.</p>	<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Uso de razonamiento</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Sistemático</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Satisfacción del cliente	<p>Explicar el concepto de satisfacción del cliente y su importancia.</p> <p>Describir los instrumentos de evaluación de la satisfacción del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escalas - Cuestionarios - Entrevistas 	<p>Evaluar la satisfacción del cliente haciendo uso de instrumentos de evaluación.</p>	<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Uso de razonamiento</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Sistemático</p>
Herramientas estadísticas de calidad	<p>Explicar las herramientas de calidad y su metodología:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diagrama de Pareto. -Diagrama de causa y efecto. -Hoja de verificación. -Histogramas. 	<p>Detectar áreas de oportunidad en la organización por medio de las herramientas de calidad.</p>	<p>Disciplinado</p> <p>Analítico</p> <p>Capacidad de planeación</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Uso de razonamiento</p> <p>Toma de decisiones</p> <p>Sistemático</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso, elaborar un reporte de estandarización de servicios del área comercial que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mapeo de procesos - Documentación de procedimientos utilizando el diagrama de flujo - Propuesta de indicadores - Instrumentos de evaluación de satisfacción del cliente - Herramienta de calidad y su justificación - Conclusiones 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comprender los conceptos de mapeo de procesos y el procedimiento para documentarlos. 2. Identificar el concepto, características y variables de indicadores. 3. Distinguir el concepto de satisfacción del cliente y sus instrumentos de evaluación. 4. Identificar las herramientas estadísticas de calidad. 	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


CALIDAD

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Análisis de casos Ejercicios prácticos Realización de trabajos de investigación	Equipo de cómputo Video proyector Internet Impresos Pintarrón

ESPACIO FORMATIVO

Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		


ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD


UNIDADES DE APRENDIZAJE

1. Unidad de Aprendizaje	III. Mejora continua
2. Horas Teóricas	8
3. Horas Prácticas	4
4. Horas Totales	12
5. Objetivo de la Unidad de Aprendizaje	El alumno propondrá mejoras a los procesos del área comercial para contribuir a la calidad total de las empresas.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Filosofías de la calidad	Describir las filosofías de calidad y su metodología: - Calidad total - Justo a tiempo - Seis sigma - 5's	Determinar las filosofías de calidad a partir de las necesidades de la empresa.	Analítico Disciplinado Sistemático Organizado Objetivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Sistemas de Gestión de la Calidad	Explicar el concepto del sistema de gestión de la calidad y sus principios: <ul style="list-style-type: none"> - Enfoque al cliente - Liderazgo - Participación del personal - Enfoque basado en procesos - Enfoque de sistema para la gestión - Mejora Continua . Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones - Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores 		Analítico Objetivo Organizado
Organización Internacional de Estandarización (ISO)	Comprender qué son las normas internacionales ISO, su aplicación en las organizaciones y su alcance. Distinguir las normas ISO 9001: 2015 e ISO 14001:2015, su objetivo y alcance.	Verificar el cumplimiento de los criterios establecidos en las normas. Proponer acciones de mejora continua.	Analítico Disciplinado Sistemático Organizado Objetivo

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD

PROCESO DE EVALUACIÓN

Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un caso, elaborar una propuesta de mejora continua que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Filosofía de calidad a implementar y su justificación - Descripción de los principios de sistemas de gestión de calidad aplicables - Verificación de la norma aplicable y su justificación - Acciones de mejora continua 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las filosofías de la calidad y su metodología. 2. Comprender el concepto y principios del sistema de gestión de calidad. 3. Identificar el objetivo y alcance de las normas ISO. 	<p>Estudio de casos</p> <p>Lista de cotejo</p>

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	


CALIDAD

PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Equipos colaborativos Realización de trabajos investigación Análisis de casos	Equipo de cómputo Video proyector Internet Normas Internacionales Pintarrón Impresos

ESPACIO FORMATIVO


Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD

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


Capacidad	Criterios de Desempeño
Determinar el posicionamiento de la competencia mediante el estudio de sus ventajas competitivas, debilidades, uso de métodos y técnicas, para identificar las oportunidades de la organización en el mercado.	<p>Entrega un análisis de la competencia que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participación en el mercado - Posicionamiento en el mercado - Matriz de ventajas competitivas y comparativas: <ul style="list-style-type: none"> - precio, - calidad del producto, - calidad en el servicio, - canales de distribución, - tiempo de entrega, - publicidad, - condiciones de pago, - seguimiento posventa - Análisis e interpretación de resultados - Detección de oportunidades
Supervisar procesos comerciales mediante herramientas de control e indicadores de desempeño, para establecer acciones de mejora y contribuir a la rentabilidad de la organización.	<p>Elabora un reporte que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipo de Supervisión - Instrumentos de Control - Medición de indicadores del área de ventas - Evaluación de la satisfacción del cliente - Evaluación del desempeño de la fuerza de ventas - Propuestas de Mejora

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	

CALIDAD

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Aldana De Vega, Luz Ángela	(2011)	<i>Administración por calidad</i>	Bogotá	Colombia	Alfaomega ISBN: 9789586827980
Equipo Vértice	(2012)	<i>La calidad en el servicio al cliente</i>	Buenos Aires	Argentina	Vértice ISBN: 9788499318813
ISO	(vigente)	<i>Normas Internacionales de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad</i>			
Marcelino Aranda, Mariana & Ramírez Herrera, Dania	(2012)	<i>Administración de la Calidad</i>	México, D.F.	México	Grupo Editorial Patria ISBN: 9786074384758
James R. Evans / William M. Lindsay	(2015)	<i>Administración y Control de la Calidad</i>	México, D.F.	México	Cengage ISBN: 9786075193755
Levine Gutierrez, Guillermo	(2014)	<i>Calidad y Productividad</i>	México, D.F.	México	McGraw Hill ISBN: 9786071511485

ELABORÓ:	Comité de Directores de la Carrera de TSU en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia	REVISÓ:	Dirección Académica	
APROBÓ:	C. G. U. T. y P.	FECHA DE ENTRADA EN VIGOR:	Septiembre de 2017	