



DATOS IDENTIFICATIVOS

Servicio al cliente y costes

Asignatura	Servicio al cliente y costes			
Código	V04M186V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Innovación de la cadena de suministro			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	4	OB	1	1c
Lengua Impartición				
Departamento				
Coordinador/a	Fernández González, Arturo José			
Profesorado	Álvarez Francisco, Oswaldo Javier Estévez Martínez, Emilio Fernández González, Arturo José Gutierrez Muñoz, José Carlos Nandín Vila, María Belén Prado Prado, Jose Carlos			
Correo-e	ajfdez@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

Competencias

Código	
A4	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B1	Capacidad de, estructurar, analizar y sintetizar información para localizar problemas, mejoras o innovaciones, identificar sus causas/impacto, y proponer e implantar acciones con una visión global y sostenible
B2	Capacidad de organizar y planificar todos los recursos de la empresa (humanos, materiales, información e infraestructuras)
C2	Conocer e identificar los aspectos más relevantes asociados a selección de indicadores para monitorizar el rendimiento de la cadena de suministro, desarrollando la capacidad para diseñar e implantar un cuadro de mando
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer el concepto de servicio al cliente	A4 A5 B1 B2 C2 D3

Conocer los costes implicados en el servicio al cliente	A4 A5 B1 B2 C2 D3
Aprender cómo desarrollar programas de servicio al cliente y evaluar sus costes	A4 A5 B1 B2 C2 D3

Contenidos	
Tema	
1.- Concepto de servicio al cliente	1,1, Concepto de servicio al cliente
2.- Desarrollo e implantación de programas de servicio al cliente	2.1.- Desarrollo e implantación de programas de servicio al cliente
3.- Relaciones Marketing/Cadena de Suministro en el servicio al cliente	3.1.- Relaciones Marketing/Cadena de Suministro en el servicio al cliente
4.- Desarrollo de modelos de costes en la Cadena de Suministro	4.1.- Desarrollo de modelos de costes en la Cadena de Suministro
5.- Evaluación de costes. Modelo de control económico. Estándares e indicadores	5.1.- Evaluación de costes. Modelo de control económico. Estándares e indicadores

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos	12	22	34
Lección magistral	20	46	66

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Estudio de casos	Trabajo en equipo y presentación pública de los casos propuestos
Lección magistral	Lección magistral con los contenidos de la materia

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Se habilitan horas de asesoramiento para resolver las dudas en el desarrollo de los casos

Evaluación						
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Estudio de casos	Estudio de casos	15	A4 A5	B1 B2	C2	D3
Lección magistral	Examen sobre los contenidos teóricos y prácticos de la materia	85	A4 A5	B1 B2	C2	D3

Otros comentarios sobre la Evaluación

Fuentes de información	
Bibliografía Básica	
PÉREZ-CARBALLO VEIGA, J.F., Diagnóstico económico-financiero de la empresa , ESIC, 2010	
PÉREZ-CARBALLO VEIGA, J.F., El análisis económico-financiero en 100 ejercicios resueltos , ESIC, 2010	
AMAT, O., Análisis de estados financieros. Fundamentos y aplicaciones , Gestión 2000, 2008	
Bibliografía Complementaria	

Recomendaciones