UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA, MANAGUA

UNAN-MANAGUA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

(Seminario de graduación para optar al Título de Licenciado en Mercadotecnia)

Tema general

Marketing de servicio

Subtema:

Gestión de la calidad en los servicios

Autores:

Bra. Mónica Roxana Sánchez Ramírez

Bra. Joseph Alexander Thompson Barberena

Tutor:

Msc. Jaime Artola Vega

Managua ± Nicaragua, marzo 2016.

RESUMEN

En el presente trabajo de Seminario de Graduaciónpara optar juntos al título de Licenciatura de Mercadotecnia, se aborda acerca de la percepción de la debilidad en la gama de servicios, que brindan las empresas de telefonía móvil, desarrollado diferenciando los comentarios por su tipografía en cursiva. Así mismo se aplica la metodología cualitativa y se hace uso de normas APA 6ta edición.

Para esto hemos abordado cuatro capítulos en donde se combina la teoría con la práctica.

En el primer capítulo se abordan conceptos teóricos ¿qué es calidad de servicio? qué son acciones, procesos y ejecuciones de actividades que dan un valor agregado a un producto mediante características que se diferencian del bien (intangibilidad, no se pueden almacenar e involucran acciones simultaneas).

En el segundo capítulo se desarrolla los parámetros y obstáculos de la calidad tales: prontitud, exactitud, puntualidad, asistencia y profesionalismo.

En el tercercapítulo se explica, ¿qué es la comunicación?, la transmisión verbal o no verbal de información, destacando las habilidades de la comunicación tales como; escuchar, preguntar, sentir y de qué manera esto afecta y favorece a las empresas de telefonía móvil, tomando en cuenta la importancia que tiene estas acciones tanto para la empresa como para el cliente, así también valorando los tipos de comunicación externa e interna y el flujo de comunicación organizacional.

En el cuarto capítulo se explica la productividad en la relación a la cantidad de producidas de una unidad de producto, servicio, insumo o por unidad de tiempo. De tal forma se hace énfasis a la importancia de la capacitación del personal dentro de una empresa y los beneficios que conlleva aplicarla a los colaboradores.

ANEXOS

Imagen 1: Publicidad de tecnología 4G de movistar y claro

Fuente: www.Movistar.com.ni

Imagen 2: Diferencia de generación de velocidad

Fuente: www.ClaroNicaragua.com.ni