FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	42981
Nombre	Dirección de la calidad en el sector turístico
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2021 - 2022

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	Facultad de Economía	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	4 - Estrategia de la empresa turística	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
CRUZ ROS, SONIA	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'
GARCIA MESANAT, GREGORIO	10 - Análisis Económico

RESUMEN

Actualmente, la calidad constituye un factor clave de competitividad en el sector turístico, quien se encuentra con numerosos nuevos retos a los que se deberán enfrentar las empresas españolas en el futuro. Los motivos por los que las empresas optan cada vez más por adoptar estrategias de calidad vienen determinados principalmente por grandes cambios en la composición de la demanda y la oferta del turismo, entre otros, por la mayor exigencia de los clientes y gran rivalidad existente en el sector a nivel mundial.

Esta asignatura aborda el estudio de aspectos relacionados con la gestión de la calidad en el marco de la dirección y organización de empresas, profundizando en aquellos principios y aspectos clave para el caso de empresas del sector turístico. Así pues, el objetivo es conocer qué se entiende por calidad, las diferentes formas de gestionarla y los distintos modelos de referencia que pueden utilizar las empresas actualmente para implantar exitosamente sistemas de gestión de la calidad.

Entre los objetivos generales de la asignatura se encuentran:

- Entender los fundamentos básicos de la calidad y su gestión aplicada a las empresas turísticas
- Conocer en profundidad los distintos modelos de aplicación de la gestión de la calidad más comunes en las empresas españolas, el modelo ISO 9000 y el modelo EFQM de Excelencia.
- Estudiar los modelos de aseguramiento de la calidad en turismo, especialmente el Sistema para la Calidad Turística Española y la marca Q de Calidad.
- Tener una visión global y completa de la situación actual de las empresas turísticas españolas en relación con la gestión de la calidad, como factor clave de competitividad
- Analizar en profundidad temas de marcada relevancia para la empresa turística relacionados con la calidad, como son: análisis de los costes totales de calidad, herramientas que puede utilizar para mejorar su calidad y medición de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2

- Analizar la estructura de la actividad turística en todos sus niveles, teniendo en cuenta los componentes del desarrollo turístico sostenible, sus ventajas, así como con sus limitaciones y riesgos.
- Conocer las costumbres y prácticas del sector en su vertiente nacional e internacional, así como las peculiaridades inherentes a las diferentes áreas económicas.
- Realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística
- Detectar oportunidades y amenazas de distintos mercados turísticos, de sus competidores a corto y largo plazo y sus clientes.
- Detectar nuevos mercados emergentes y abrir la empresa a los mismos. Realización de informes para asesoramiento en relaciones con mercados emergentes.
- Entender y adaptarse a las particularidades culturales de cada mercado turístico.
- Capacidad de dirección de departamentos de empresas turísticas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer las diferentes acciones que en materia de calidad se llevan a cabo en el sector turístico

Identificar y conocer los distintos enfoques de gestión de la calidad

Identificar y conocer los distintos modelos de aplicación de la dirección de calidad en la empresas turísticas

Adquirir la capacidad de plantear un plan de calidad en una empresa turística.

Analizar la calidad de servicio desde el punto de vista de la empresa turística

Habilidad para manejar las herramientas de gestión de la calidad

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Concepto y dimensiones de la calidad

1.1.- La calidad en turismo: clave de competitividad
1.2.- Calidad del servicio en el sector turístico
1.3.- Concepto de calidad. Dimensiones de la calidad de servicio
1.4.- Evolución de los conceptos de calidad

2. Gestión de la calidad: Concepto y enfoques

2.1.- Concepto de gestión de la calidad
2.2.- Control por inspección y control de calidad
2.3.- Aseguramiento de la calidad: definición y principios
2.4.- Gestión de la Calidad Total: Definición y principios

3. Modelos de gestión de la calidad

3.1. Motivos para implantar un sistema de gestión de la calidad
3.2. Implantar un sistema de gestión de la calidad en una empresa turística
3.3. Modelos normativos
3.4. Modelos para implantar Gestión de la Calidad Total

4. La calidad turística en España

4.1. Introducción: Plan Integral de Calidad del Turismo Español
4.2. Instituto para la Calidad del Turismo Español
4.3. Sistema de Calidad Turística Española
4.4. Las normas Q de Calidad
4.5. Las iniciativas de Calidad Turística en las Comunidades Autónomas
4.6. Premios de Calidad Nacionales

5. Costes de calidad en las empresas turísticas

5.1. Costes de la no calidad
5.2. Costes de la calidad
5.3. Diseño de un programa de costes totales de calidad

6. La medición de la calidad del servicio turístico

6.1. Calidad del servicio turístico y percepción del cliente
6.2. Modelo SERVQUAL aplicado a la empresa turística
6.3. Otras técnicas de evaluación de la satisfacción del cliente
6.4. Modelo de las deficiencias de la calidad de servicio

7. Herramientas para la mejora de la calidad aplicadas al sector turístico

7.1. El proceso de prestación del servicio
7.2. Técnicas de representación gráfica
7.3. Herramientas para la mejora de procesos

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	25,00	100
Seminarios	15,00	100
Preparación de actividades de evaluación	55,00	0
Preparación de clases de teoría	30,00	0
TOTAL	**125,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

El desarrollo de la asignatura se realizará en 8 sesiones de 5 horas, combinando en cada una de ellas la teoría con la práctica. Parte de las sesiones serán desarrolladas por el profesor y parte de las sesiones serán impartidas por personal profesional, ajeno a la Universidad, que vendrán en calidad de expertos en la materia.

Respecto a la parte teórica, el profesor explicará en clase los conceptos básicos y el contenido del temario animando y facilitando la participación de los estudiantes durante las sesiones. En todo momento se fomentará la discusión de aspectos relevantes de la materia estudiada de tal forma que se facilite al máximo el aprendizaje.

En cuanto a la parte práctica de la materia, los alumnos podrán realizar de manera opcional un trabajo sobre una empresa turística real que aborde todos los temas estudiados, explicados en las sesiones teóricas. Complementariamente, se realizarán en algunos temas casos y ejercicios que serán trabajados en grupo o de manera individual y posteriormente discutidos en el aula. El objetivo de dicha metodología es conseguir que los alumnos:

• Desarrollen sus capacidades críticas y reflexivas mediante la lectura y exposición de temas relacionados con la materia.

• Desarrollen, a través del estudio de situaciones reales de empresa, las capacidades analíticas y creativas que requieren la identificación y resolución de problemas.

EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del aprendizaje de la asignatura consta de dos partes. Una primera parte que evaluará el grado de adquisición de conocimientos por parte del alumno sobre el conjunto de la asignatura, especialmente sobre el entendimiento y la comprensión de la totalidad de la materia, y consistirá en la realización de una prueba escrita o examen. En dicha prueba se evaluará principalmente el traslado y la aplicación de los conocimientos teóricos a la práctica empresarial. La calificación obtenida en esta prueba supondrá el 80% de la nota final.

Por otro lado, se valorará la asistencia a las sesiones y participación en las mismas, evaluando la reflexión, análisis y discusión de los temas tratados en cada sesión. También se evaluará la presentación y la exposición en público de trabajos elaborados con información recopilada de distintas fuentes, así como las actitudes y aptitudes de los estudiantes en el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la coordinación de actividades.

Todo esto, que supone la calificación del esfuerzo individual, grupal y de la participación en las sesiones tendrá una ponderación total del 20% de la calificación final.

En aquellos casos en que el alumno, por causas justificadas, no pueda asistir con regularidad a clase, podrá ser evaluado de forma alternativa para poder obtener la calificación correspondiente al 20 % máximo de la nota final de la asignatura asignado a la evaluación continua. La evaluación alternativa consistirá en la elaboración de un trabajo muy completo por parte del alumno que será propuesto al inicio de curso por el profesor, dentro de las dos primeras semanas en las que el alumno deberá comunicar su imposibilidad de asistir a clase.

REFERENCIAS

Básicas

- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006): Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas. Prentice-Hall, Madrid.

Complementarias

- Juliá, M., Porsche, F., Jiménez, V. y Verge, X. (2002): Gestión de Calidad Aplicada a Hostelería y Restauración. Prentice-Hall, Madrid.
- Parra E. y Calero I. (coords.) (2006): Dirección y Gestión de Empresas Turísticas. Ed. McGraw-Hill, Madrid.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. y Berry, L.L. (1993): Calidad Total en la Gestión de Servicios. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- Alonso, M., Barcos, L. y Martín, J.I. (2006): Gestión de la Calidad de los procesos turísticos. Ed. Síntesis, Madrid.
- Tarí, J.J., Molina, J.F. y Pereira, J. (2017): Gestión de la calidad en el turismo. Ed. Síntesis.
- Moreno, M. D., Peris, F. J. y González, T. F. (2000): Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones: Teoría y estudio de casos, Prentice-Hall, Madrid.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

6. Descripción de Contenidos

- Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la guía docente

7. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

- La planificación temporal docente se mantiene, tanto en días como en horarios.
- Se mantiene el volumen de docencia, dando prioridad a las clases presenciales, atendiendo a las recomendaciones sanitarias.
- En caso de no poderse ofrecer las clases de forma presencial por motivos sanitarios, se impartirán mediante el material de apoyo que el profesorado considere más adecuado, principalmente © Microsoft Power Point locutados o Videoconferencias síncronas.

8. Metodología docente

- Previamente a cada sesión se introducirán en el aula virtual los materiales necesarios.
- En el caso que sean necesarias las sesiones online se optará por utilizar el material de apoyo que el profesorado considere más adecuado, principalmente © Microsoft Power Point locutados o Videoconferencias síncronas.
- Las dudas se atenderán durante la videoconferencia, mediante chat o en foro social del aula virtual.
- Se mantiene el programa de tutorías virtuales (atención en 48 horas laborables máximo por correo electrónico) y en el horario de tutorías presenciales los profesores estarán disponibles personalmente, bien por email o a través del foro del aula virtual creado para la docencia online o a través de una videoconferencia.

9. Evaluación

- Se mantiene el sistema de evaluación de la guía docente.

10. Referencias

- Sin cambios.