

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	42981
Name	Quality management in the tourism sector
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	5.0
Academic year	2023 - 2024

Study (s)

Degree	Center	Acad. Period	year
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	Faculty of Economics	1	First term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
2135 - M.U. en Dirección y Planificación del Turismo 12-V.2	4 - Tourism business strategy	Optional

Coordination

Name	Department
CRUZ ROS, SONIA	105 - Business Administration 'Juan José Renau Piqueras'

SUMMARY**English version is not available**

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.

PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

OUTCOMES

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.

**LEARNING OUTCOMES****English version is not available****WORKLOAD**

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	25,00	100
Seminars	15,00	100
Preparation of evaluation activities	55,00	0
Preparing lectures	30,00	0
TOTAL	125,00	

TEACHING METHODOLOGY**English version is not available****EVALUATION****English version is not available****REFERENCES****Basic**

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

Additional

- 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.

