



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE

DE MADRID



FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO

## GRADO EN COMERCIO

|                   |                          |                 |                                       |
|-------------------|--------------------------|-----------------|---------------------------------------|
| <b>Asignatura</b> | Gestión de Calidad       | <b>Código</b>   | 801951                                |
| <b>Módulo</b>     | Formación Complementaria | <b>Materia</b>  | Complemento de la Actividad Comercial |
| <b>Carácter</b>   | Optativa                 | <b>Créditos</b> | 6                                     |
| <b>Curso</b>      | 4                        | <b>Semestre</b> | 2                                     |


|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <b>Departamento Responsable</b> | Organización de Empresas y Marketing   |
| <b>Coordinador/a</b>            | Ver listado de Coordinadores/as<br><a href="https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas">https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas</a> |

## SINOPSIS

### BREVE DESCRIPTOR

*(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")*

La comprensión de la importancia de la gestión de la calidad en la gestión comercial de cara al cumplimiento de los objetivos marcados con respecto a los clientes y proveedores. La elaboración de un Plan de Calidad en la empresa, principalmente en las relaciones cliente-proveedor, teniendo en cuenta los diferentes modelos de gestión de la calidad y las técnicas específicas necesarias para llevarlo a cabo.

| CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS <i>(opcional)</i>  |       |                |
|---|-------|----------------|
| Ninguno   |       |                |
| OBJETIVOS FORMATIVOS  |       |                |
| RESULTADOS DE APRENDIZAJE   |       |                |
| <i>(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)</i>   |       |                |
| Comprender la evolución de la gestión de la calidad en las organizaciones; adquirir una visión amplia de las distintas herramientas y metodologías para la gestión de la calidad: calidad total, normas ISO, modelo EFQM, etc.; comprender los principios básicos de los métodos estadísticos de gestión de la calidad; familiarizarse con los modelo de gestión de la calidad en los servicios y la calidad medioambiental; aprender a diseñar y poner en marcha ofertas atractivas para el mercado; gestionar de forma eficiente servicios y/o productos. |       |                |
| COMPETENCIAS <i>(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)</i>   |       |                |
| <b>Generales</b>  |       |                |
| CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.  |       |                |
| CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales.   |       |                |
| CG6 - Saber comportarse con una actitud responsables ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.  |       |                |
| <b>Específicas:</b>   |       |                |
| CE9 - Dominar la filosofía del marketing y sus principales fundamentos de cara a poder aplicar la distintas técnicas y herramientas de marketing, tales como la investigación comercial y de mercados utilizadas para conseguir conocer mejor el comportamiento del consumidor intentando satisfacer sus deseos y necesidades de forma responsable y sostenible para la empresa.  |       |                |
| CE12 - Aprender eficientemente a gestionar de forma global productos y/o servicios con el fin de incorporar estrategias de innovación, packaging, y desarrollo que permitan a la empresa poner en el mercado una oferta más atractiva para los consumidores-usuarios tanto si son consumidores finales u otras organizaciones siempre respetando los principios de responsabilidad social.  |       |                |
| CONTENIDOS TEMÁTICOS<br>(Programa de la asignatura)   |       |                |
| Tema 1. La gestión de la calidad<br>Tema 2. La Calidad Total y el modelo EFQM<br>Tema 3. Normalización y Certificación<br>Tema 4. Control Estadístico de Procesos<br>Tema 5. Documentación de un Sistema de Gestión de la Calidad<br>Tema 6. Herramientas de Gestión de la Calidad<br>Tema 7. Muestreo de Aceptación<br>Tema 8. Calidad Medioambiental<br>Tema 9. Control estadístico de la Calidad: Diseño de Experimentos<br>Tema 10. Gestión de la calidad en los servicios  |       |                |
|    |       |                |
| ACTIVIDADES DOCENTES  | HORAS | PRESENCIALIDAD |

|   |      |     |
|---|------|-----|
| <b>Asistencia y participación activa en clase</b> | 45   | 100 |
| <b>Trabajo guiado</b>                             | 27,5 | 55  |
| <b>Trabajo autónomo del/la alumno/a</b>           | 40   | 0   |
| <b>Trabajo grupal del/la alumno/a</b>             | 25   | 0   |



**FACULTAD DE  
COMERCIO Y TURISMO**



|  |  |  |
|--|--|--|
| Otras actividades  | 12,5   |  |
| <b>EVALUACIÓN</b>  |  |  |
| <b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>   |  |  |
| Pruebas orales y/o escritas  | 50% examen final<br>10% pruebas parciales de tipo test |  |
| Presentaciones   | 20%  |  |
| Trabajo e informes   | 15%  |  |
| Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre | 5%   |  |

## RECURSOS

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- LLORENS, F.J.; FUENTES, M.M. (2005): *Calidad total: Fundamentos e implantación*. Pirámide. Madrid.
- MIRANDA GONZÁLEZ, F.J.; CHAMORRO MERA, A.; RUBIO LACOBBA, S. (2017): *Calidad y Excelencia*. Delta Publicaciones. Madrid
- MONTGOMERY, D.C. (2009): *Statistical Quality Control*. John Wiley & Sons, New York.
- MORENO-LUZÓN, M.D.; PERIS, F.J.; GONZÁLEZ, T. (2001): *Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones. Teoría y estudio de casos*. Prentice Hall, Madrid.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA



- CLAVER, E., MOLINA, J.F., TARÍ, J.J. (2011): Gestión de la calidad y gestión medioambiental. Fundamentos, herramientas, normas ISO y relaciones. Pirámide, Madrid.
- CUATRECASAS, L. (2010): Gestión integral de la calidad. Implantación, control y certificación. Profit Editorial, Barcelona.
- EVANS, J.R.; LINDSAY, W. M. (2008): Administración y control de la calidad. Cengage Learning, México D.F.
- GÓMEZ MARTÍN, J. A. (2015): Guía para la Aplicación de UNE-EN ISO 9001:2015. AENOR, Madrid.
- LÓPEZ LEMOS, P. (2015): Cómo Documentar un Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2015. FC Editorial, Madrid.
- SÁNCHEZ RIVERO, J. M.; ENRÍQUEZ PALOMINO, A. (2016): Implantación de Sistemas de Gestión de Calidad: La Norma ISO 9001:2015. Fundación Confemetal, Madrid
- TAGUE, N.R. (2005): The Quality Toolbox, 2º Ed. ASQ Quality Press. Milwaukee, Wisconsin.
- VELASCO, J. (2005): Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión. Pirámide, Madrid.



## Idioma en que se imparte

Castellano

## Otra información

- La evaluación continua (pruebas parciales tipo test, trabajos individuales, presentaciones y participación y actitud) supone el 50% de la nota final y se guarda para la convocatoria extraordinaria.
- Para promediar con la nota de la evaluación continua es necesario obtener al menos 3.5 puntos sobre 10 en el examen final. Si la nota del examen final es inferior a 3.5 la calificación de la asignatura será la del examen final.
- Si por causas de fuerza mayor, y de acuerdo con lo establecido por las autoridades competentes, fuese necesario suspender las actividades presenciales o tuviese lugar un confinamiento, la docencia, las tutorías y la evaluación continuarán de forma on-line a través del campus virtual, manteniéndose en todo lo demás lo establecido en esta guía.

